

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran perusahaan Jepang dalam melawan rasisme terhadap penduduk asing melalui pelaksanaan program Diversity Week pada rentang tahun 2020–2023. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya sorotan terhadap kasus rasisme yang dialami oleh penduduk asing di Jepang pasca menguatnya gerakan anti-rasisme global yaitu gerakan *#Black Lives Matter*. Aksi tersebut juga mendorong perusahaan di berbagai negara, termasuk Jepang, untuk mengintegrasikan nilai-nilai keberagaman dan inklusi dalam kebijakan dan kegiatan internalnya. Penelitian ini menggunakan teori aktivisme transnasional untuk menganalisis enam tahapan aktivitas lintas batas yang dilakukan perusahaan dalam menginternalisasi, mengeksternalisasi, dan menginstitutionalisasi nilai inklusi dan keberagaman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi dokumen dengan menganalisis data dari sumber sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 16 perusahaan yang menyelenggarakan program Diversity Week, hanya 7 yang secara eksplisit mengangkat isu keberagaman ras, etnis, dan kebangsaan, melalui program seperti seminar, pelatihan, kolaborasi dengan organisasi eksternal, serta kebijakan internal yang mendukung karyawan asing. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan program Diversity Week oleh perusahaan-perusahaan Jepang dapat dikategorikan sebagai bentuk aktivisme transnasional karena melibatkan adopsi nilai global, kolaborasi lintas aktor, serta kontribusi nyata dalam membangun lingkungan kerja yang inklusif.

Kata Kunci: Jepang, program Diversity Week, anti-rasisme, rasisme di Jepang, aktivisme perusahaan, dan aktivisme transnasional.

ABSTRACT

This research examines the role of Japanese companies in combating racism against foreigners through the implementation of the Diversity Week program between 2020 until 2023. The research background is rooted in the growing attention to cases of racism experienced by foreigners in Japan, particularly after the global anti-racism movement #BlackLivesMatter gained momentum. This movement also encouraged companies in various countries, including Japan, to integrate the values of diversity and inclusion into their internal policies and activities. This study applies the theory of transnational activism to analyze six stages of cross-border activities undertaken by companies in internalizing, externalizing, and institutionalizing diversity and inclusion values. The research employs a qualitative document-based approach, analyzing data from secondary sources. The findings reveal that out of 16 companies organizing Diversity Week, only seven explicitly addressed issues of racial, ethnic, and national diversity through programs such as seminars, training sessions, collaborations with external organizations, and internal policies supporting foreign employees. These findings indicate that the implementation of Diversity Week by Japanese companies can be categorized as a form of transnational activism, as it involves the adoption of global values, cross-actor collaboration, and tangible contributions toward building an inclusive work environment.

Keywords: *Japan, Diversity Week program, anti-racism, racism in Japan, corporate activism, and transnational activism*