

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, peradaban manusia mengalami perpindahan yang drastis. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat revolusioner terjadi dalam gaya hidup dan pola pikir manusia<sup>1</sup>. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ke arah yang modern secara tidak langsung membentuk tren sosial dan ekonomi yang penting di dunia yang mana mengubah sifat kerja, bisnis, dan masyarakat dalam banyak dekade<sup>2</sup>. Transformasi teknologi membuat manusia menjadi lebih inovatif dan produktifitas pun meningkat<sup>3</sup>. Perkembangan teknologi dan digital secara tidak langsung juga membuat tingkat kesejahteraan semakin baik<sup>4</sup>. Inovasi yang terjadi di tengah modernisasi teknologi membentuk adanya *platform* seperti media sosial yang memudahkan manusia dalam mendapatkan hubungan simbiosis yang saling menguntungkan<sup>5</sup>. Perkembangan teknologi dan digital juga membentuk adanya kerjasama atau kolaborasi di antara masyarakat dunia.

Perkembangan teknologi membuat informasi dan komunikasi semakin mudah untuk diaplikasikan dan diakses. Perkembangan teknologi yang begitu masif mempengaruhi perubahan sosial di tengah masyarakat. Kemudahan dari perkembangan teknologi menjadi salah satu keuntungan bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak hanya memberikan kemudahan dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi atau pun berkomunikasi, namun juga memudahkan masyarakat dunia untuk mengakses media hiburan seperti music, film, drama, *game*.

Modernisasi dalam teknologi ini dimanfaatkan dengan baik oleh pemerintah Korea Selatan untuk menyebarkan pengaruh dan budayanya kepada dunia internasional. Korea Selatan membentuk strategi dengan melakukan penyebaran

---

<sup>1</sup> Herlina Agustin & Santi Susanti. 2019. Komunikasi, Budaya, & Media Dalam Jaringan. Bitread Publishing. Hal. 216.

<sup>2</sup> Ibid.,

<sup>3</sup> Ibid., Hal. 217.

<sup>4</sup> Ibid., Hal 218.

<sup>5</sup> Ibid., Hal. 218.

budayanya dengan menggunakan film dan musik. Pada akhir 1990-an, pemerintah Korea mempromosikan industri budaya dengan mengalokasikan satu persen dari anggaran nasionalnya untuk subsidi dan bunga rendah pinjaman untuk industri budayanya, meluncurkan lembaga untuk mempromosikan dan memperluas K-Pop dan mendirikan lebih banyak departemen budaya di universitas<sup>6</sup>.

Budaya populer Korea Selatan yang disebar dalam bentuk film, drama, musik, *fashion*, kuliner, dan tarian dikenal dengan sebutan Hallyu atau Korean Wave. Korean Wave menjadi fenomena yang menyebar luas secara internasional yang tersebar di berbagai benua, seperti Asia, Eropa, dan Amerika. Korea Selatan sangat terkenal dengan industri hiburannya yang dimulai melalui acara drama. Dengan memanfaatkan dan bekerja sama dengan berbagai stasiun televisi di banyak negara, Korea Selatan menyebarkan budaya dan pengaruhnya secara masif. Drama-drama Korea Selatan, seperti *Winter Sonata* (2002), *Autumn In My Heart* (2000), *Full House* (2004), dan *Boys Before Flowers* (2009) menjadi sebagian dari banyak drama Korea yang berhasil mendominasi pasar internasional. Tidak hanya industri per-film-an dan drama, salah satu bagian dari Korean Wave yang sangat di kenal luas, ialah K-Pop. K-Pop atau Korean Pop merupakan salah satu aliran musik yang terkenal dengan nyanyian dan tariannya. Beberapa *boy group* dan *girl group*, seperti H.O.T, Super Junior, Girl's Generation, Sistar, dan Big Bang mengawali masa kejayaan K-Pop sejak awal tahun 2000-an, kemudian disusul dengan beberapa *boy group* dan *girl group* lainnya yang terkenal, seperti BTS, NCT, Seventeen, TWICE, dan Red Velvet. Kepopuleran Korean Wave di dunia secara tidak langsung membangun relasi Korea Selatan dengan banyak negara melalui bidang ekonomi dan budaya, seperti pemanfaatan fenomena tersebut oleh sejumlah pengusaha untuk membuka lahan bisnis yang banyak berhubungan dengan Korean Wave<sup>7</sup>.

Korea Selatan menjadikan *modern pop culture*-nya menjadi komoditi budaya yang mereka ekspor ke banyak negara. Kemajuan dari industri budaya

---

<sup>6</sup> Koreanfilm.or.kr. About KOFIC. <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp>.

<sup>7</sup> Wahyudi Akmaliah Muhammad. 2012. FENOMENA HALLYU (GELOMBANG KOREAN-POP/ K-POP) DAN DAMPAKNYA DI INDONESIA. Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 14, No. 1.

modernnya, seperti drama, film, musik, tarian, kulinernya telah menjadi aspek yang sangat populer di berbagai negara sehingga membentuk sebuah fenomena yang dikenal sebagai Gelombang Korea atau Korean Wave. Makna dari Korean Wave diciptakan oleh orang – orang Taiwan yang berarti “*the Korean spell*”, Korean Wave juga terdiri dari music pop Korea.<sup>8</sup> Pada awalnya pengeksporan budaya ini hanya bersifat sementara untuk keluar dari krisis finansial pada tahun 1997, namun pada kenyataannya implikasi dari Korean Wave sendiri sangat besar sehingga Korea Selatan tetap menggunakan Korean Wave untuk menyebarkan budaya korea dan meningkatkan reputasi Korea Selatan di kancah Internasional.<sup>9</sup>

Kebudayaan yang dimiliki oleh Korea Selatan pada dasarnya memiliki potensi yang besar sehingga dapat menarik perhatian masyarakat lokal maupun internasional memenuhi kepentingan nasionalnya di berbagai bidang melalui diplomasi kebudayaannya yang terkenal sebagai Korean Wave atau Hallyu. Korean Wave dapat dikonseptualisasikan sebagai proses ekonomi budaya yang merupakan kekuatan simbolis negara Korea Selatan yang dijalankan dan dikenalkan kepada konsumen transnasional<sup>10</sup>. Budaya Korea yang tidak hanya mengandung keindahan visual, namun juga terdapat ilmu pengetahuan, makna, citra, dan berkarakter meninggalkan perasaan Korea yang terhubung kepada konsumen global<sup>11</sup>. Keberhasilan Hallyu pada akhirnya menjadikan Hallyu sebagai proyek nasional yang didorong oleh Pemerintah Korea. Popularitas Hallyu yang masif menyebar secara global membuat Pemerintah Korea menjadikan Hallyu sebagai ‘kekuatan lunak’ atau *soft diplomacy*<sup>12</sup>. Fenomena Hallyu membentuk *national branding* yang dapat memperkuat citra Korea Selatan di dunia internasional.

Dalam praktik penyebarannya, Korea Selatan secara masif menjadikan Asia sebagai pasar besarnya dalam memperkenalkan dan mengekspor budaya populernya. Menurut laporan dari Korea Foundation’s Global Hallyu pada tahun

---

<sup>8</sup> *Ibid.*,

<sup>9</sup> *Ibid.*,

<sup>10</sup> JEONG JAE-SEON, LEE SEUL-HI, LEE SANG-GIL. 2017. *When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture: Revisiting Jakarta Fans of the Korean Drama Dae Jang Geum*. International Journal of Communication 11, 2288–2307.

<sup>11</sup> *Ibid.*,

<sup>12</sup> *Ibid.*,

2018, jumlah penggemar Korean Wave mencapai 89,2 juta yang tersebar di 113 negara dan 70 juta di antaranya ialah penggemar yang berasal dari negara-negara di Asia<sup>13</sup>. Selain itu, menurut Jang Won-Ho, yang merupakan dekan University of Seoul's College of Urban Sciences sekaligus direktur Center of Global Culture and Social Empathy, jumlah eksplor konten budaya populer Korea ke negara-negara di kawasan ASEAN berjumlah 1,3 miliar dollar pada tahun 2017<sup>14</sup>. Jang Won-Ho menambahkan fakta yang mana dari data tersebut membuktikan bahwa ASEAN merupakan pasar terbesar kedua bagi Korea Selatan<sup>15</sup>.

Hubungan antara ASEAN dan Korea Selatan mulai terbentuk dari inisiasi keduanya melalui hubungan yang dibangun atas dasar dialog dalam berbagai sektor atau biasa disebut dengan ASEAN-Republic of Korea Dialogue Relations yang dimulai pada November 1989 dan terus melanjutkan pertemuan di antara keduanya di negara-negara ASEAN melalui konferensi dan membentuk perjanjian, seperti the Joint Declaration on Comprehensive Cooperation Partnership di Vietnam pada tahun 2004, the ASEAN-ROK Plan of Action (POA) to Implement the Joint Declaration di Malaysia pada tahun 2005, the Joint Declaration on ASEAN-ROK Strategic Partnership for Peace and Prosperity and its Plan of Action 2011-2015 di Vietnam yang mana perjanjian tersebut dilanjutkan melalui The new Plan of Action pada periode tahun 2016-2020<sup>16</sup>. Kerja sama antara ASEAN dan Korea Selatan dalam sektor sosial-budaya dan pariwisata terbentuk melalui konferensi-konferensi dan perjanjian yang berlanjut. Salah satu perjanjian yang mengikat antara ASEAN dan Korea Selatan adalah ASEAN-Republic of Korea Plan of Action To Implement The Joint Declaration on Strategic Partnership For Peace and Prosperity periode 2016-2020. Salah satu Dialog perjanjian tersebut diperkuat pada Oktober 2010 di

---

<sup>13</sup> Primastuti Handayani (The Jakarta Post). 2019. *Korean Wave in ASEAN keeps going strong*. <https://www.thejakartapost.com/news/2019/04/25/korean-wave-in-asean-keeps-going-strong.html>. Diakses tanggal 16 Februari 2022

<sup>14</sup> Ibid., Diakses tanggal 16 Februari 2022

<sup>15</sup> Ibid., Diakses tanggal 16 Februari 2022

<sup>16</sup> Official Website of ASEAN (Association of Southeast Asian Nations). November 2021. Overview of ASEAN-Republic of Korea Dialogue Relations. <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/12/Overview-of-ASEAN-ROK-Dialogue-Relations-as-of-26-Nov-2021.pdf>

Ha Noi, Vietnam<sup>17</sup>. Melalui kerja sama tersebut, terjadi konferensi-konferensi yang dilakukan oleh keduanya. Salah satunya seperti The 2019 ASEAN-Republic of Korea Commemorative Summit yang diadakan pada 26 November 2019 di Busan, Korea Selatan yang diketuai oleh H.E. General Prayut Chan-o-cha selaku Prime Minister of the Kingdom of Thailand dan H.E. Moon Jaein yang merupakan presiden Korea Selatan. Konferensi tersebut diadakan sekaligus memperingati the 30<sup>th</sup> Anniversary of ASEAN-ROK Dialogue Relations<sup>18</sup>. Konferensi tersebut bertujuan untuk memperkuat dan memperdalam kerja sama strategis antara ASEAN dan Korea Selatan yang didasarkan oleh 3 pilar, yaitu People (orang), Prosperity (kesejahteraan), dan Peace (Perdamaian)<sup>19</sup>. Hubungan dialog yang terjadi di antara keduanya juga untuk menciptakan Kawasan regional yang stabil dan damai demi mencapai *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan)<sup>20</sup>. Melalui perjanjian ini, ASEAN dan Korea Selatan dapat berupaya menciptakan mobilitas bebas dari beberapa sektor, seperti barang dan jasa. ASEAN dan Korea Selatan juga bersepakat untuk memperdalam hubungan persahabatan antara keduanya melalui promosi mobilitas orang dan juga pertukaran budaya<sup>21</sup>. Dalam upaya mewujudkan pilar-pilar tersebut, ASEAN dan Korea Selatan mendukung kerja sama dalam berbagai tingkat, seperti kerjasama sub-regional, regional, dan juga multilateral cooperation dengan tujuan untuk merealisasikan keuntungan bersama terutama bagi masyarakat ASEAN dan juga Korea Selatan<sup>22</sup>. Upaya yang dilakukan oleh keduanya juga meliputi pembangunan infrastruktur berkelanjutan, inovasi digital,

---

<sup>17</sup> Official Website of ASEAN (Association of Southeast Asian Nations). September 2020. ASEAN-Republic of Korea Plan of Action to Implement The Joint Vision Statement for Peace, Prosperity and Partnership (2021-2025). <https://asean.org/asean-republic-of-korea-plan-of-action-to-implement-the-joint-vision-statement-for-peace-prosperity-and-partnership-2021-2025/>

<sup>18</sup> Official Website of ASEAN (Association of Southeast Asian Nations). 2021. CO-CHAIRS' STATEMENT OF THE 2019 ASEAN-REPUBLIC OF KOREA COMMEMORATIVE SUMMIT "Partnership for Peace, Prosperity for People". <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/03/FINAL-Co-Chairs-Statement-of-the-2019-ASEAN-ROK-Commemorative-Summit.pdf>

<sup>19</sup> Official Website of ASEAN (Association of Southeast Asian Nations). 2021. ASEAN-REPUBLIC OF KOREA JOINT VISION STATEMENT FOR PEACE, PROSPERITY AND PARTNERSHIP. <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/03/The-ASEAN-ROK-Joint-Vision-Statement-Final-formatted-4-November-201....pdf>

<sup>20</sup> Ibid., Hal. 1.

<sup>21</sup> Ibid., Hal. 2.

<sup>22</sup> Ibid., Hal. 2.

dan mobilitas orang. Hubungan antara keduanya dibangun dengan lebih liberal dan memungkinkan hubungan *people-to-people* (P-to-P) terwujud dan menciptakan banyak kerja sama dalam berbagai sektor, seperti pendidikan, ekonomi, dan sosial-budaya<sup>23</sup>. Dalam melakukan hal tersebut, Korea Selatan juga memanfaatkan ketertarikan publik di ASEAN dan juga Korea Selatan untuk ikut melakukan pertukaran informasi dan *networking* melalui media informasi seperti internet atau media sosial. Salah satu *statement* yang ada di dalam perjanjian tersebut adalah *Together for the People – Enhancing Our Socio-Cultural Partnership* yang memiliki tujuan untuk mempererat dan memperpanjang hubungan antara masyarakat ASEAN dan Korea Selatan dengan menghidupkan percakapan budaya dan pertukaran budaya melalui kerja sama antara ASEAN Culture House dan ASEAN-Korea Center<sup>24</sup>. Hasil dari kerjasama tersebut ialah dapat meningkatkan volume perdagangan, akselerasi arus investasi, menggiatkan pariwisata, dan memperkaya pertukaran budaya.

Konferensi tersebut ditanggap baik oleh Indonesia sebagai salah satu negara di Kawasan ASEAN. Pada pertemuan KTT Peringatan 30 Tahun Kerja Sama Kemitraan ASEAN-Republic of Korea di Busan pada 26 November 2019, gagasan *Soft Connectivity* dipertegas oleh Menteri Luar Negeri (Menlu) Retno Marsudi dan juga Presiden Joko Widodo<sup>25</sup>. *Soft Connectivity* sangat berkaitan dengan hubungan antar manusia. Dalam gagasan *Soft Connectivity*, terdapat 3 poin penting seperti memperkuat *people-to-people contact*, pendidikan, dan juga keterkaitan antara pelaku ekonomi<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> Ibid., Hal. 5.

<sup>24</sup> Ibid., Hal. 6.

<sup>25</sup> Official Website Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2019. Tingkatkan 'People to People Contact', Presiden Jokowi: ASEAN dan Korea Perlu Rezim Bebas Visa.

<https://setkab.go.id/tingkatkan-people-to-people-contact-presiden-jokowi-asean-dan-korea-perlu-rezim-bebas-visa/>

<sup>26</sup> Ibid.,



Gambar 1.1 Presiden Joko Widodo didampingi sejumlah Menteri Kabinet Indonesia Maju saat menghadiri ASEAN-Republic of Korea (RoK) Summit, di Busan

Sumber : setkab.go.id

Salah satu bentuk perjanjian kerjasama Soft Connectivity ialah melalui kerja sama dalam sektor sosial-budaya yang memiliki misi *leaves no-one behind* dan juga memperkuat kerja sama dalam bidang pendidikan. Pemerintah Korea Selatan juga telah bersepakat dengan ASEAN untuk memperkuat hubungan dalam upaya mempromosikan bahasa Korea sebagai bahasa asing kedua di negara-negara ASEAN untuk meningkatkan keahaman di antara keduanya dan membangun pondasi untuk kerja sama yang akan berlanjut di masa depan. Ada banyak kesempatan dan tantangan dalam dunia global yang akan dihadapi oleh ASEAN dan Korea Selatan, sehingga di antara hubungan antara keduanya terdapat motto, yaitu ‘ASEAN-Korea, we are friends - 한국과 아세안, 우리는 친구’<sup>27</sup>.

Bagi Korea Selatan, ASEAN menjadi salah satu pasar utama bagi komoditas budaya Korea yang mana banyak menyerap konsumen. Salah satu negara di ASEAN yang memiliki jumlah penggemar Hallyu tinggi ialah Indonesia. Data dari KTO (Korean Tourism Organization) pada tahun 2017 menunjukkan bahwa jumlah

---

<sup>27</sup> Official Website ASEAN-KOREA Centre. 2013. *한-아세안 그림 공모전 전시 (Exhibition of Korea-ASEAN Painting Contest)*. [https://www.aseankorea.org/kor/Activities/activities\\_view.asp?pageNum=25&page=1&boa\\_num=172&boa\\_gubun=6&pageReturn=activities&boa\\_cnt=&S\\_YEAR=&S\\_MONTH=&tagubun=](https://www.aseankorea.org/kor/Activities/activities_view.asp?pageNum=25&page=1&boa_num=172&boa_gubun=6&pageReturn=activities&boa_cnt=&S_YEAR=&S_MONTH=&tagubun=)

turis Indonesia yang berpergian ke Korea Selatan lebih dari 230,000 turis<sup>28</sup>. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan konsumen Indonesia akan *national branding* Korea Selatan cukup besar. Drama, film, musik, dan budaya populer lainnya dari Korea Selatan sangat berhasil menembus pasar Indonesia. Hal itu disebabkan karena Indonesia memiliki akses yang mudah bagi industri hiburan Korea Selatan. Korea Selatan secara pro-aktif terus menyebarkan pengaruh budaya populernya kepada para penikmat di Indonesia. Data dari eMarketer pada tahun 2017 yang dilampirkan dalam *website* Kominfo memperkirakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 112 juta orang<sup>29</sup>. Kemudian, data dari *internetworldstats* menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada tahun 2021<sup>30</sup>.



Grafik 1.1 Data pengguna Internet di beberapa negara Asia

Sumber : internetworldstats.com

<sup>28</sup> Joy Muchtar. 2018. Hallyu: Surfin' the Korean Wave in Indonesia. <https://jakartaglobe.id/culture/riding-the-wave-of-south-korean-pop-culture-in-indonesia/>. Diakses pada tanggal 16 Februari 2022.

<sup>29</sup> Wicak Hidayat. 2014. Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media). Diakses pada tanggal 16 Februari 2022.

<sup>30</sup> Viva Budy Kusnandar (databoks). 2021. Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>. Diakses pada tanggal 16 Februari 2022.



Berdasarkan data tersebut, Indonesia pun berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di kawasan Asia. Faktor tersebut dimanfaatkan oleh Korea Selatan untuk menyebarkan budaya populernya di Indonesia melalui media digital seperti televisi, internet, dan media sosial. Masyarakat Indonesia bisa dengan mudah mengakses tayangan hiburan Korea melalui televisi, dan media internet lokal. Pemerintah Korea Selatan memanfaatkan kondisi tersebut dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu wadah untuk menyebarkan budayanya. Pemerintah Korea Selatan menerapkan diplomasi publik melalui digital dengan melakukan interaksi berkala dengan penduduk lokal, dalam hal ini ialah konsumen Indonesia<sup>31</sup>. Era digital yang terus maju membuat aktor pemerintah memahami keterampilan digital, seperti algoritma media sosial. Pemerintah Korea Selatan menggunakan sarana digital untuk berinteraksi dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas merupakan pengguna media sosial aktif untuk menyebarkan budayanya.

Fenomena budaya populer Korea Selatan yang beragam dan sangat visual membuat antusiasme masyarakat Indonesia terbentuk. Dari fenomena tersebut, pada akhirnya melahirkan banyak kelompok atau komunitas pecinta atau penggemar Korea di Indonesia yang banyak tersebar dan terbentuk melalui media sosial internet<sup>32</sup> dan komunitas penggemar Korea tersebut pada akhirnya membentuk sebuah subkultur<sup>33</sup>. Melihat fenomena tersebut, pemerintah Korea Selatan menggunakan diplomasi publik melalui media sosial. Dalam hal ini, banyak media sosial yang digunakan oleh Korea Selatan dalam mengaplikasikan diplomasi publik. Pemerintah Korea Selatan menggunakan keterlibatan masyarakat Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Secara tradisional, diplomasi publik pada dasarnya hanya menargetkan masyarakat asing sebagai sasaran dan bersifat

---

<sup>31</sup> Humphrey Wangke. 2020. DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Jakarta. Hal.vi.

<sup>32</sup> Galuh Kinanthi Herhayu Adi. 2019. KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). Program Studi Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Semarang.

<sup>33</sup> Dian Astri Maulani (Penulis Indonesiana). 2021. Korean Wave di Indonesia. <https://www.indonesiana.id/read/145608/korean-wave-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 16 November 2022.

monolog<sup>34</sup>. Sementara itu, dalam fenomena diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui media sosial, pemerintah Korea Selatan tidak hanya menargetkan masyarakat asing sebagai sasaran atau konsumen, namun juga terjadi dialog di antara pemerintah Korea Selatan dan masyarakat Indonesia. Terjadi perilaku-perilaku baru dalam diplomasi dengan meminimalisir keterbatasan<sup>35</sup> dan meningkatkan fleksibilitas dalam praktik diplomasi. Dalam implementasi diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia, masyarakat Indonesia juga ikut turut berpartisipasi dalam menyebarkan budaya dan pengaruh Korea Selatan melalui media sosial. Pemerintah Korea sangat sadar dengan ketertarikan konsumen Indonesia dengan budaya Korea, sehingga keterlibatan masyarakat lokal dianggap sebagai komponen penting dari diplomasi publik.

Pemerintah Korea Selatan mengaplikasikan praktik diplomasi publik melalui beragam media sosial, seperti Instagram, Youtube, Facebook, TikTok, dan lain-lain. Dalam hal tersebut, media sosial menjadi panggung dan masyarakat Indonesia penikmat budaya Korea sebagai aktor non-negara dalam penyebaran budaya Korea. Demikian hal tersebut membentuk sebuah ide atau kebijakan yang inovatif dengan membangun ikatan sosial khusus dengan masyarakat Indonesia dalam memperkenalkan, menginformasikan, serta menyebarkan budaya dan pengaruhnya melalui media sosial. Dalam meneliti fenomena ini, terdapat sebuah karakteristik kebijakan yang baru dari pemerintah Korea Selatan dalam melakukan diplomasi publiknya dan belum banyak dikaji oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis akan mengkaji, meneliti, dan menganalisa lebih dalam mengenai bagaimana diplomasi publik melalui media sosial yang digunakan oleh pemerintah Korea Selatan sebagai platform yang memiliki batasan waktu, yaitu pada tahun 2019-2021. Oleh karena itu, penelitian ini dijadikan sebuah skripsi dengan judul, “Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan Dalam

---

<sup>34</sup> Humphrey Wangke. 2020. DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Jakarta. Hal.3

<sup>35</sup> Ibid,. Hal.5

Memperkenalkan Budaya di Indonesia Melalui Media Sosial Periode Tahun 2019-2022.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Modernisasi membuat Korea Selatan mempromosikan budaya dan pengaruhnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan digital. Indonesia menjadi salah satu target pasar terbesar Korea Selatan dalam mempromosikan budayanya. Kemajuan digital menjadi inovasi dan cara baru bagi pemerintah Korea Selatan untuk menyebarkan dan mempromosikan budayanya dengan membangun relasi dengan publik di Indonesia melalui media sosial. Pemerintah Korea Selatan melakukan diplomasi publik melalui media sosial untuk terkoneksi secara tidak langsung dengan masyarakat Indonesia yang juga tertarik dengan kebudayaan Korea sebagai aktor non-negara dengan menjadikan mereka konsumen sasaran serta mengajak mereka untuk bersama mempromosikan kebudayaan Korea, sekaligus menyalurkan minat mereka terhadap kebudayaan Korea melalui media sosial dalam periode tahun 2019-2022.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan pokok penelitian dan pertanyaan operasional dalam penulisan ini adalah,

### **1.3.1 Pertanyaan Pokok Penelitian**

Bagaimana diplomasi publik bagi Korea Selatan yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan di Indonesia dalam memperkenalkan budaya Korea melalui media sosial selama periode tahun 2019-2022?

### **1.3.2 Pertanyaan Operasional**

1. Apa saja cara pemerintah Korea Selatan dalam melakukan diplomasi publik melalui media sosial dalam menyebarkan budaya Korea Selatan di Indonesia?

2. Apakah diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia efektif dalam upaya mencapai kepentingan nasionalnya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengkaji, serta menjelaskan bagaimana diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan di Indonesia dalam memperkenalkan budaya Korea melalui media sosial pada periode tahun 2019-2022 dan bagaimana pengaruh diplomasi publik yang dilakukan terhadap kepentingan nasionalnya. Manfaat dari penulisan ini adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana bentuk dari diplomasi publik, dan bagaimana upaya pemerintah Korea Selatan dalam memanfaatkan diplomasi publik tersebut untuk memperkenalkan budayanya melalui media sosial, serta mengetahui bagaimana pengaruh diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Korea Selatan di Indonesia terhadap kepentingan nasionalnya. Selain itu, penulisan ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penulisan ilmiah atau penelitian lanjut terkait fenomena diplomasi publik terutama di era kemajuan digital.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan penelitian yang berkaitan dengan Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan Dalam Memperkenalkan Budaya di Indonesia Melalui Media Sosial Periode Tahun 2019-2022 ini penulis memiliki susunan penulisan yang diharapkan dapat memudahkan pembaca dalam membaca dan melihat isi penelitian yang diuraikan seperti di bawah ini:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab Pendahuluan yang dibagi menjadi beberapa sub bab antara lain latar belakang terkait masalah yang diteliti, rumusan masalah yang didapatkan dari latar belakang penelitian berisikan pertanyaan penelitian pokok dan pertanyaan penelitian operasional, tujuan dari penelitian dan bagaimana manfaat

penelitian yang dilakukan, serta yang terakhir adalah sistematika penulisan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis membahas lima penelitian terdahulu yang masih memiliki relevansi dengan penelitian yang penulis lakukan. Selain itu, pada bab ini juga membahas terkait teori dan juga konsep yang digunakan untuk membahas dan memperkuat penelitian yang dilakukan. Selanjutnya, di dalam bab ini juga dijelaskan bagaimana analisis gap teoritis dari penelitian yang dilakukan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yang menjelaskan tentang metode penelitian. Penulis menjelaskan pendekatan penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data dari data yang telah dikumpulkan, lalu ada aspek yang penulis teliti, dimensi atau sudut pandang yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian, juga parameter atau tolak ukur dalam menemukan kekosongan atau kekurangan dalam pelaksanaan penelitian.

## **BAB IV KEBIJAKAN DAN PROGRAM DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH KOREA SELATAN DALAM MEMPERKENALKAN BUDAYA DI INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL**

Pada bab ini penulis membahas, menjelaskan dan menambahkan segala informasi yang ditemukan oleh penulis terkait apa saja kebijakan dan program diplomasi publik yang dibentuk oleh pemerintah Korea Selatan dalam memperkenalkan budaya Korea di Indonesia dan bagaimana pemerintah Korea Selatan mengimplementasikan program-program tersebut. Dalam bab ini, terdapat beberapa program diplomasi publik, yaitu melalui sektor

pendidikan seperti King Sejong Institute Jakarta, dan sektor sosial-budaya seperti komunitas media sosial Instagram ‘Sahabat Korea’ dan Honorary Reporters melalui situs portal KOREA.NET yang mana program-program tersebut dijalankan melalui media sosial secara aktif di Indonesia.

## **BAB V      PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup sekaligus bab terakhir dari skripsi ini yang berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada skripsi ini merangkum hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Saran pada skripsi ini berisikan rekomendasi yang disarankan oleh penulis untuk kepentingan penelitian yang akan dilakukan kedepannya.

