

ANALISIS HUBUNGAN INDONESIA – KOREA SELATAN MELALUI

KOREAN WAVE PADA TAHUN 2019-2021

SKRIPSI



Oleh:

FIKRI AIKAL

17323104

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

ANALISIS HUBUNGAN INDONESIA – KOREA SELATAN MELALUI

KOREAN WAVE PADA TAHUN 2019-2021

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

FIKRI AIKAL

17323104

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS HUBUNGAN INDONESIA – KOREA SELATAN MELALUI *KOREAN WAVE* PADA TAHUN 2019-2021

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan
Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal

01 Januari 2023

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi


(Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.)

Dewan Penguji

- 1 Willi Ashadi, S.H.I., M.A.
- 2 Gustri Eni Putri, S.IP., M.A.
- 3 Masitoh Nur Rohma, S.Hub.Int., M.A.

Tanda Tangan





PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

30 Desember 2022

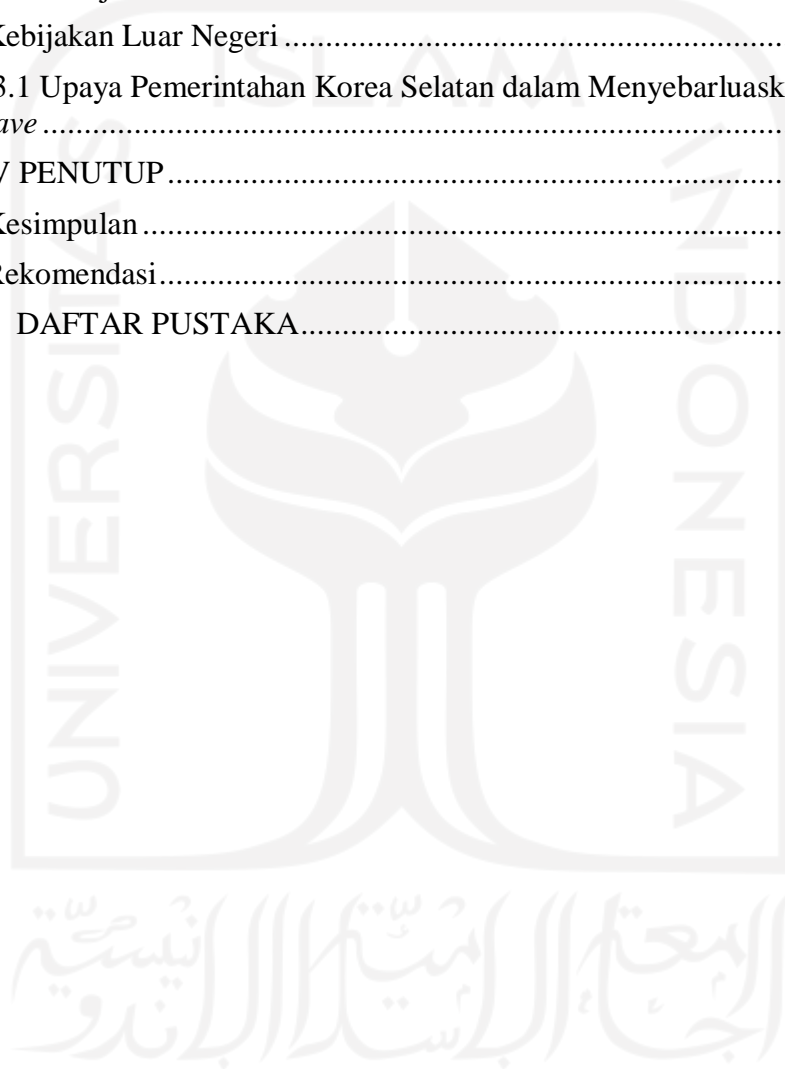


Fikri Aikal

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR SINGKATAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Cakupan penelitian	6
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran	10
1.7 Argumen Sementara	14
1.8 Metode Penelitian	15
1.8.1 Jenis Penelitian	15
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian	15
1.8.3 Metode Pengumpulan Data	16
1.8.4 Proses Penelitian.....	16
1.9 Sistematika Pembahasan	16
BAB II SEJARAH <i>KOREAN WAVE</i> DAN KERJA SAMA KOREA DENGAN INDONESIA	18
2.1 Sejarah dan Perkembangan <i>Korean Wave</i>	18
2.2 Bentuk-bentuk <i>Korean wave</i>	21
2.2.1 K-Drama	21
2.2.2 K-Pop.....	22
2.2.3 Korean Food.....	22
2.3 Kerja sama Korea Selatan dengan Indonesia.....	23
2.3.1 Kerja Sama di Sektor Perdagangan	24
2.3.2 Kerja Sama Di Sektor Pendidikan.....	26
2.4 Aktor-aktor yang Berperan dalam Keberhasilan <i>Korean Wave</i>	28
2.4.1 Peran Pemerintahan Korea Selatan dalam Perkembangan <i>Korean wave</i>	28
2.4.2 Peran Media Korea Selatan Dalam Memperkenalkan dan Perkembangan Hallyu	30

BAB III ANALISIS PENGARUH KOREAN WAVE SEBAGAI SARANA DIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM HUBUNGAN INDONESIA- KOREA SELATAN.....	32
3.1 Unsur-Unsur Kebudayaan	33
3.1.1 Pertukaran Budaya Indonesia dengan Korea Selatan	36
3.2 Nilai dan Kebijakan Domestik Korea Selatan terkait <i>Korean Wave</i>	38
3.2.1 Nilai Domestik Korea Selatan terkait <i>Korean Wave</i>	40
3.2.2 Kebijakan Domestik Korea Selatan terkait <i>Korean Wave</i>	42
3.3 Kebijakan Luar Negeri	44
3.3.1 Upaya Pemerintahan Korea Selatan dalam Menyebarluaskan <i>Korean Wave</i>	44
BAB IV PENUTUP.....	49
4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Rekomendasi.....	52
BAB V DAFTAR PUSTAKA.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Foto penandatanganan IK-CEPA.....	25
Gambar 3.1.1 Foto <i>Battle Trip</i>	33
Gambar 3.1.1 Foto festival seni Indonesia.....	34



DAFTAR SINGKATAN

- KOCCA : Korea Creative Content Agency
- KCCI : *Korean Cultural Center Indonesia*
- IK-CEPA : Indonesia Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement
- CCTV : China Central Television



ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang analisis *Korean wave* yang menjadi Soft Power yang di miliki oleh Korea Selatan dan menjadi sebuah sarana diplomasi yang digunakan oleh Korea Selatan untuk masuk ke lingkup internasional. *Korean wave* merupakan sebuah fenomena global yang membangkitkan peradaban Korea Selatan yang dapat dilihat melalui menyebar luasnya kebudayaan Korea Selatan di kancah internasional termasuk di Indonesia. *Korean wave* adalah salah satu kebijakan yang digunakan oleh pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan perekonomian negara serta dapat bersaing di kancah Internasional. Penyebaran produk kebudayaan Korea Selatan sangat berpengaruh terhadap penerimaan budaya Korea Selatan oleh masyarakat dunia, khususnya Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki *fansbase* terbesar akan produk-produk budaya Korea sehingga dapat dapat memudahkan Korea Selatan dalam melakukan kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sumber data berasal dari buku, jurnal, dan dokumen tertulis. Penelitian ini menggunakan teori *Soft power* yang digagaskan oleh Joseph Nye. Penelitian ini menganalisa bagaimana *Korean wave* berperan dalam penyebaran budaya Korea Selatan di Indonesia.

Kata kunci: *Korean wave*, *Soft power*, Korea Selatan, kebudayaan, kerja sama,

ABSTRAK

This study discusses the analysis of the Korean wave which becomes Soft Power owned by South Korea and becomes a means of diplomacy used by South Korea to enter the international sphere. The Korean wave is a global phenomenon that has resurrected South Korean civilization, which can be seen through the spread of South Korean culture on the international stage, including in Indonesia. The Korean wave is one of the policies used by the South Korean government to improve the country's economy and be able to compete on the international stage. The spread of South Korean cultural products greatly influences the acceptance of South Korean culture by the world community, especially Indonesia. Indonesia is one of the countries that has the largest fanbase for Korean cultural products so that it can facilitate South Korea in conducting cooperation between Indonesia and South Korea. This study uses a qualitative descriptive research method and data sources come from books, journals, and written documents. This study uses the Soft power theory initiated by Joseph Nye. This study analyzes how the Korean wave plays a role in the spread of South Korean culture in Indonesia.

Keywords : Korean wave, Soft power, South Korea, Cultural, Cooperation.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *Korean wave* semakin dikenal oleh masyarakat umum akibat dari terjadinya globalisasi, yang mana globalisasi adalah suatu aspek yang sangat penting dalam hubungan internasional seperti yang diketahui bahwa globalisasi memiliki dampak yang sangat besar dalam hubungan internasional dalam berbagai bidang termasuk ekonomi dan budaya antar negara. Pengertian dari globalisasi menurut bahasa sesuai dengan KBBI globalisasi merupakan proses masuknya ke ruang lingkup dunia, sehingga dapat diartikan bahwa antar negara walaupun letak antar negara tersebut secara geografis sangatlah jauh tetapi bukan berarti tidak bisa mendapat berbagai informasi antar negara. Globalisasi juga dapat diartikan sebagai suatu hal yang dapat memudahkan hubungan antara negara baik itu dalam hal politik, ekonomi, kebudayaan dan sebagainya tetapi globalisasi tersebut juga berdampak terhadap perusahaan dan individu sehingga menimbulkan terbentuknya hubungan antar negara (Pratama, 2021). Salah satu hal yang terbentuk dikarenakan globalisasi ialah suatu fenomena budaya yang disebut sebagai budaya populer, menurut Reeves budaya populer terbentuk dikarenakan dengan terjadinya globalisasi yang mana budaya populer merupakan salah satu dampak dari globalisasi dalam kehidupan sehari-hari (Adi, 2019).

Diplomasi adalah sebuah instrumen yang sangat penting dalam aktivitas antarnegara dalam pelaksanaan kepentingan nasional suatu negara, dengan cara diplomasi tersebut suatu negara dapat melakukan hubungan dengan negara lain dan

juga dapat menciptakan suatu citra yang dapat menggambarkan tentang negara itu sendiri. Diplomasi tersebut dibagi menjadi dua yakni hard power dan soft power, soft power atau yang biasa dikenal dengan soft diplomasi merupakan jenis diplomasi yang sering digunakan oleh kebanyakan negara pada saat ini salah satunya yakni Korea Selatan melalui *Korean wave* tersebut dalam tujuan menarik perhatian negara lain dengan cara memberi konten-konten yang berhubungan dengan budaya di Korea Selatan (Sendow, Mamentu, & Rengkung, 2019)

Korean wave atau dalam bahasa Korea Selatan dikenal dengan *Hallyu* merupakan suatu hal yang berhubungan dengan hiburan dari beberapa hal contohnya seperti dari segi musik terdapat K-Pop dan dari serial atau drama ada K-Drama, *Korean wave* tersebut menjadi suatu fenomena secara global di berbagai negara karena dengan adanya perkembangan teknologi informasi di seluruh dunia sehingga memudahkan orang dari berbagai negara termasuk Indonesia untuk dapat mengakses berbagai konten mengenai *Korean wave* tersebut. Industri hiburan tersebut juga mendapat dukungan dari pemerintah Korea Selatan itu sendiri sehingga dapat memudah orang-orang yang merupakan bagian dari industri tersebut untuk memproduksi konten-konten mereka baik itu dalam bentuk drama, musik, film dan lainnya. Sehingga dampak dari *Korean wave* tersebut tidak hanya dirasakan oleh negaranya atau pemerintahannya saja tetapi juga masyarakatnya yang termasuk kedalam industri hiburan tersebut (Sarajwati, 2020).

Dikarenakan efek dari tingginya peminat negara-negara lain mengenai sektor kebudayaan yang dilakukan Korea Selatan melalui industri kreatif tersebut lalu pemerintah Korea Selatan menjadikan *Korean wave* kedalam salah satu produk kreatifnya, bahkan pemerintahan Korea Selatan juga memberikan suntikan dana

yang sangat besar ke industri kreatif dan juga sebagai bentuk dukungan, pemerintah Korea Selatan membangun sebuah badan yang mengurus dan membantu supaya dapat melakukan ekspor dari bidang industri kreatif. Badan tersebut bernama Divisi Industri Budaya Populer dan badan tersebut berada di bawah Kementrian Kebudayaan Korea Selatan (Indriadi, 2018). Pemerintah memberi dukungan terhadap industri kreatifnya dikarenakan bertujuan dapat menghadapi krisis ekonomi yang dialami oleh Korea Selatan.

Karena hubungan yang dimiliki antar Indonesia dengan Korea Selatan mempermudah kedua negara dalam melakukan kerja sama antar kedua negara tersebut, dengan itu dalam menanggapi fenomena *Korean wave* yang mana di Indonesia sangat tinggi peminatnya sehingga Korea Selatan mendirikan suatu badan yang berkaitan dengan industri kreatif yakni KOCCA (*Korea Creative Content Agency*) (KOCCA Indonesia, 2019).

Keberhasilan Korea Selatan dalam melakukan ekspor kebudayaan mereka melalui industri kreatif di Indonesia setelah dengan didirikannya KOCCA di Indonesia yang mana merupakan yang pertama di Asia Tenggara, dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat Indonesia dengan produk-produk dari sektor industri kreatif Korea Selatan seperti berdasarkan dari sebuah data yang didapatkan dari twitter pada tahun 2019 orang Indonesia membuat *tweet* yang berdasarkan Korea Selatan terutama mengenai K-pop yang mana dalam hasil data tersebut Indonesia merupakan salah negara yang memiliki penggemar K-pop pada urutan 3 terbesar di dunia (Sarajwati, 2020). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa maraknya fenomena *Korean wave* yang terjadi di Indonesia dan hal tersebut

memang benar adanya karena hampir setiap hari trending di twitter pasti ada yang berhubungan dengan artis Korea baik itu dari artis film, drama, maupun dari K-pop.

Pasar Indonesia juga di dominasi akan produk yang dihasilkan oleh Korea Selatan sehingga sangat membantu peningkatan perekonomian Korea Selatan itu sendiri, dan saat ini Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki investasi terbesar di berbagai proyek yang terdapat di Indonesia dan bahkan kedua negara yakni Indonesia dan Korea Selatan telah melakukan kesepakatan untuk meningkatkan perdagangan antar keduanya menjadi 30 miliar dolar amerika pada tahun 2022 (Sarajwati, 2020). Semakin eratnya kerja sama kedua negara tersebut tidak lepas dari dampak dari *Korean wave* tersebut karena seperti yang telah dijelaskan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar Korea Selatan akan berbagai produk Korea seperti fashion dan makanan yang dikenal melalui produk-produk drama korea tersebut.

Indonesia yang memiliki fanbase akan produk hiburan Korea Selatan terutama drama Korea dan K-Pop dan juga dapat dilihat dari pada tahun 2021 yang mana berdasarkan penelitian melalui *Twitter* melakukan *tweet* yang berkaitan dengan K-pop sangat banyak dalam jumlah 7,5 miliar *Tweet* selama periode 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021 yang sebelumnya dalam periode Juli 2019 hingga Juli 2020 mencapai jumlah 6,1 miliar *Tweet*. Jumlah *Tweet* yang dilakukan oleh orang Indonesia yang berkaitan tentang K-Pop tersebut selalu mengalami peningkatan setiap tahun sebesar 131 persen dan hal tersebut menunjukkan besarnya fansbase produk *Korean wave* terutama K-pop dan juga berdasarkan data tersebut jumlah *Tweet* yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia mengalahkan negara Thailand

yang merupakan negara yang memiliki *fansbase* Korea Selatan terbesar juga (Javier, 2021).

Negara Indonesia juga merupakan salah satu negara yang memiliki hubungan paling erat dengan Korea Selatan di kawasan Asia Tenggara hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya kerja sama yang dilakukan Indonesia dengan Korea Selatan salah satunya adalah IK-CEPA yang merupakan salah satu kerja sama di sektor perdagangan yang merupakan salah satu kerja sama yang sangat besar dan sangat menguntungkan kedua negara dan IK-CEPA (Indonesia Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement) tersebut telah dilakukan penandatanganan/peresmian pada 18 Desember 2020 (Rabbi, 2021).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas jelas bahwa *Korean wave* dapat digunakan oleh Korea Selatan menjadi salah satu sarana diplomasi mereka, yang mana dengan adanya *Korean wave* tersebut dapat menjadi sarana dalam peningkatan kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan. *Korean wave* tersebut merupakan bentuk dari *soft power* yang dimiliki oleh Korea Selatan dalam membentuk citra dan juga *Nation branding* mereka dimana bertujuan untuk membangun kesan positif negara Korea Selatan.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk membahas mengenai keterlibatan *Korean wave* sebagai diplomasi Korea Selatan dalam hubungan Indonesia dengan Korea Selatan pada tahun 2019-2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan yang disajikan yaitu: Bagaimana analisis keterlibatan *Korean wave*

sebagai diplomasi Korea Selatan dalam hubungan Indonesia dengan Korea Selatan pada tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja dampak yang ditimbulkan dengan masuknya budaya Korea Selatan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.
2. Untuk mengetahui bentuk dari penggunaan *Korean Wave* sebagai alat diplomasi yang digunakan oleh negara Korea Selatan.
3. Untuk mengetahui apa saja pengaruh dari soft diplomasi dari *Korean wave* dalam hubungan kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan.

1.4 Cakupan penelitian

Dalam cakupan penelitian ini bertujuan untuk membatasi penelitian supaya pembahasannya tidak terlalu luas dan lebih terperinci, maka diperlukannya batasan-batasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini pembahasannya dibatasi pada peran dari *Korean wave* sebagai sarana diplomasi yang digunakan oleh negara Korea Selatan supaya dapat menarik perhatian masyarakat dunia internasional terhadap negaranya, dan dalam penelitian ini juga akan menjelaskan media apa saja yang digunakan oleh Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaannya ke lingkup internasional termasuk ke Indonesia, dan dalam penelitiannya akan dibatasi dalam periode dari tahun 2019 hingga tahun 2021 karena pada periode tahun tersebut banyak dilakukannya kerja sama Indonesia dan Korea Selatan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini akan dicantumkan beberapa kajian penelitian terdahulu yang bertujuan supaya mempermudah untuk mendapatkan informasi terkait peran dari budaya pop *Korean wave* sebagai soft diplomasi Korea Selatan dalam penyebaran budaya Korea Selatan di Indonesia. Dan ditemukanlah beberapa hasil penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini, dan hasil kajian terdahulunya sebagai berikut:

Pertama, menurut sebuah jurnal yang berjudul “*Fenomena Korean wave di Indonesia*” yang ditulis oleh Mar’a Kamila Ardani Sarajwati, dalam jurnal tersebut dijelaskan mengenai bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki fanbase produk hiburan Korea Selatan merupakan salah satu yang paling besar di dunia, dan juga dalam tulisan tersebut dijelaskan mengenai semakin eratnya kerja sama yang dilakukan antara Indonesia dengan Korea Selatan bahkan kedua negara tersebut melakukan perjanjian untuk meningkatkan kerja sama dalam bidang perdagangan mereka hingga 30 miliar dolar Amerika Serikat pada tahun 2022. Semakin eratnya kerja sama yang terjadi antara Indonesia dengan Korea Selatan tidak terlepas akan pengaruh dari budaya pop *Korean wave* itu sendiri (Sarajwati, 2020). Dalam tulisan ini memberi penulis akan gambaran fenomena *Korean wave* di Indonesia yang mana ada sedikit persamaan dengan penelitian ini tetapi tetap memiliki perbedaan yakni dalam penelitian ini tidak hanya membahas mengenai fenomena *Korean wave* di masyarakat Indonesia tetapi lebih berfokus pada hubungan Indonesia dengan Korea Selatan melalui *Korean wave*.

Kedua, menurut sebuah jurnal yang berjudul “*K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia*” yang ditulis oleh Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri

Liany, dan Reni Nuraeni. Dalam jurnal tersebut memberi gambaran mengenai bagaimana pengaruh dari *Korean wave* di Indonesia dan dijelaskan bahwa tingginya minat orang Indonesia untuk menonton konser yang dilakukan oleh penyanyi Korea Selatan bahkan rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk dapat datang ke konser tersebut. Dalam jurnal tersebut juga menjelaskan bahwa produk-produk hiburan Korea Selatan yang salah satunya Korean Drama merupakan salah satu produk marketing Korea Selatan karena di dalam drama tersebut pasti selalu menggambarkan keseharian orang Korea Selatan contohnya seperti makanan, yang mana biasanya dalam drama tersebut selalu ada *soft selling* baik itu mengenai brand fashion maupun brand makanan sehingga meningkatkan angka penjualan Korea Selatan (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019).

Ketiga, menurut jurnal yang berjudul "*Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/ K-POP) dan dampaknya di Indonesia*" yang ditulis oleh Wahyudi Akmaliah Muhammad dan jurnal tersebut merupakan sebuah tinjauan dari sebuah buku yang berjudul "*East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean wave*". Dalam jurnal tersebut menjelaskan berbagai hal mengenai *Korean wave* dari awal mula munculnya fenomena *Korean wave* dan juga dampak yang ditimbulkan dari fenomena tersebut, dalam jurnal tersebut juga dicantumkan data statistik terkait jumlah penonton K-Pop melalui Youtube berdasarkan benua dan dalam data tersebut benua Asia merupakan yang paling tinggi dengan angka 500 juta orang. Dan juga dijelaskan dampak fenomena *Korean wave* tersebut salah satunya yang terjadi Di negara Taiwan, di Taiwan beberapa masyarakatnya beranggapan bahwa fenomena *Hallyu* atau *Korean wave* tersebut merupakan bentuk dari invasi budaya Korea Selatan (Muhammad, 2012).

Keempat, dari sebuah tulisan yang berjudul “*Korean wave as a Tool for Korea’s New Cultural Diplomacy*” yang ditulis oleh Gunjoo Jang dan Won K. Paik. Dalam jurnal tersebut dijelaskan tentang bagaimana Korea Selatan menggunakan budaya populer Korea Selatan sebagai alat diplomasi yang telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat di berbagai negara. Dalam tulisan tersebut menyebutkan bahwa Korea Selatan menggunakan Media dalam penyebaran budaya populer dari Korea Selatan melalui drama Korea dan juga K-Pop, dan melalui media tersebutlah Korea Selatan dapat membangun citra negaranya di hadapan negara lain (Jang & Paik, 2012). Tulisan ini menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam mencari gambaran dari *Korean wave* sebagai sarana diplomasi yang digunakan Korea Selatan, dan tulisan ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena dalam penelitian ini berfokus dengan hubungan Korea Selatan dan Indonesia melalui *Korean wave*.

Kelima, dari sebuah buku yang berjudul “*The Soft Power of South Korea*” yang ditulis oleh Iin Rachmawati. Dalam buku tersebut menjelaskan mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan berbagai produk Korea Selatan dan juga dalam buku tersebut memberi gambaran terkait beberapa hal pengaruh *Korean Wave* di Indonesia. Dan juga dalam buku tersebut menggambarkan mengenai Korea Selatan seperti halnya kebudayaan dan juga sejarah, dan juga menjelaskan mengenai tingginya minat masyarakat Indonesia sehingga terpengaruh dan mulai mempelajari budaya-budaya Korea Selatan. Buku ini menjadi salah satu acuan penulis untuk mengetahui perihal yang berhubungan dengan produk-produk Korea Selatan (Rachmawati, 2021).

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas memberi gambaran mengenai fenomena dari *Korean wave* tersebut terkait dengan dampak-dampak yang ditimbulkan baik bagi negara Korea Selatan Itu sendiri maupun terhadap negara lain, yang secara garis besar memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Dengan adanya tinjauan pustaka ini memberi gambaran bagi penulis mengenai alur dari penelitian untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dan juga dapat menemukan apa saja pengaruh dari *Korean wave* terhadap Indonesia baik secara politik, hubungan kerja sama, dan juga budaya di masyarakat Indonesia. Kemudian tulisan ini juga berbeda dari tinjauan pustaka di atas karena dalam tulisan ini akan berfokus dengan dampak yang ditimbulkan dari *soft power* Korea Selatan yakni *Korean wave* berdasarkan hubungan Indonesia dengan Korea Selatan.

1.6 Kerangka Pemikiran

Landasan teori digunakan oleh penulis sebagai tolak ukur dalam menelaah alur kemana arah penelitian ini, kegunaan dari landasan teori merupakan supaya penelitian dapat dirumuskan dengan menggunakan sebuah teori dalam proses penulisannya. Supaya dapat membantu penulirs dalam menelaah permasalahan yang ada dalam penelitian ini, penulisi menggunakan teori diplomasi karena sesuai dengan alur dari judul penelitian ini yang mana bertujuan menelaah peran *Korean wave* sebagai wadah soft diplomasi dalam penyebaran budaya di Indonesia.

Teori diplomasi merupakan salah satu teori dalam hubungan internasional yang merupakan suatu cara atau sarana bagi sebuah negara untuk dapat melakukan aktivitas dalam lingkup internasional, sistem penerepan teori diplomasi ini dengan menggunakan seorang diplomat untuk melakukan sebuah perundingan, baik

dengan cara bujukan maupun menggunakan cara ancaman dengan tujuan supaya dapat memenuhi kepentingan negara tersebut. Seperti halnya penjelasan teori diplomasi yang dijelaskan oleh KM Panikkar dalam bukunya yang berjudul *The Principle of Diplomacy* yakni diplomasi merupakan sebuah seni dalam mengutamakan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain (S.L, 1991, p. 3).

Menurut hasil pengkajian Roy S.L terkait perihal penting definisi dari diplomasi tersebut ada unsur-unsur penting dalam definisi dari diplomasi, yakni dalam diplomasi negosiasi merupakan hal yang paling utama dan tentu dalam negosiasi harus mengedepankan kepentingan negara, karena dalam kegiatan diplomatik bertujuan supaya dapat tetap menjaga kedamaian tetapi tidak boleh merusak kepentingan negara. Diplomasi tersebut tidak dapat dipisahkan dari perwakilan negara dan juga sangat berkaitan dengan tujuan dari politik luar negeri dari suatu negara (S.L, 1991, pp. 4-5).

Tujuan dari diplomasi tersebut adalah suatu upaya yang dapat dilakukan setiap negara untuk mencapai kepentingan nasional dan sarana dalam penerapan kebijakan politik luar negeri, seperti menurut pandangan seorang diplomat ahli dari india kuno yaitu Kautilya, ia menyimpulkan bahwa tujuan utama dari diplomasi adalah sebagai pengamanan kepentingan negara itu sendiri, dan dapat disimpulkan bahwa tujuan dari diplomasi yang baik dan juga efektif memiliki tujuan untuk dapat menjamin keuntungan maksimum negara sendiri (S.L, 1991, p. 6).

Penerapan diplomasi yang bertujuan supaya diharapkan terjadinya sebuah persahabatan antar negara dengan cara kerja sama dan perdamaian, yakni dengan adanya perbedaan dalam cara penerapan diplomasi yang biasa digunakan saat ini

yakni diplomasi baru dengan diplomasi lama atau tradisional, yang mana dalam diplomasi tradisional tersebut biasanya menggunakan berbagai cara dalam melakukan negosiasi dan bahkan menggunakan ancaman seperti pernyataan Clausewitz yang merupakan seorang filosof Jerman, dalam pernyataannya ia menyebutkan bahwa perang merupakan kelanjutan dari diplomasi (S.L, 1991, p. 4). Sedangkan dalam diplomasi baru menggunakan cara pendekatan yang jauh lebih lembut ketimbang dengan diplomasi lama, dan dapat menyelesaikan dengan lebih damai yakni dengan menggunakan *soft power* (Yani & Lusiana, *Soft Power dan Soft Diplomacy*, 2018).

Teori diplomasi tersebut dibagi lagi sesuai dengan teknik penerapan atau pendekatannya, yakni:

1. *Hard Diplomacy*: diplomasi yang dilakukan dengan menggunakan cara yang lebih kasar seperti ancaman, pemaksaan, penekanan bahkan perang.
2. *Soft Diplomacy*: merupakan salah satu bentuk diplomasi dalam bentuk penyelesaiannya menggunakan cara damai, dan juga terdapat unsur-unsur seperti kebudayaan dan juga persahabatan.

Joseph Nye membedakan *Hard Power* dan *Soft Power* dengan *Hard power* is “the ability to get others to act in ways that are contrary to their initial preferences and strategies, this is the ability to coerce, through threats and inducement (“stick” and “carrot”) sedangkan *Soft Power* getting others to want the outcomes that you want without inducement and threats (Nye, 2004, p. 5). *Hard power* dan *soft power* pada dasarnya memiliki persamaan karena keduanya bertujuan untuk mempengaruhi tindakan pihak lain tetapi tetap memiliki perbedaan

yakni pada proses pendekatannya dan cara yang digunakan. *Soft power* merupakan suatu cara dalam menarik perhatian negara lain menggunakan cara yang lebih lembut tanpa adanya ancaman untuk dapat mencapai yang diinginkan bagi suatu negara seperti yang dijelaskan oleh Joseph Nye bahwa *soft power* tersebut merupakan suatu kemampuan untuk mencapai tujuan menggunakan daya tarik daripada paksaan contohnya menggunakan kebudayaan.

Diplomasi *soft power* merupakan konsep *power* modern yang bertujuan dapat memenuhi kepentingan nasional dan pada saat ini banyak digunakan beberapa negara maju di dunia termasuk Negara Korea Selatan. Joseph Nye menjelaskan bahwa budaya adalah seperangkat nilai dan praktik yang dapat menciptakan suatu makna bagi masyarakat dan ketika budaya suatu negara mencakup nilai-nilai universal dan kebijakannya mempromosikan nilai-nilai dan minat yang dimiliki oleh negara lain, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan memperoleh hasil yang diinginkan karena hubungan ketertarikan dan tugas yang diciptakannya (Nye, 2004).

Korean wave merupakan salah satu bentuk diplomasi yang dimiliki Korea Selatan yang bertujuan untuk menyebarkan kebudayaan negaranya kedalam lingkup internasional, dan *Korean wave* termasuk kedalam bagian *soft power* karena seperti yang dikatakan oleh Joseph Nye bahwa *soft power* tersebut terdiri dari 3 hal yakni memiliki unsur-unsur kebudayaan (*culture*), dan nilai politik (*political values*), serta kebijakan luar negeri (*foreign policy*) (Nye, 2004).

Soft power bertumpu pada kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain dan kemampuan untuk menetapkan preferensi cenderung dikaitkan dengan aset tidak berwujud seperti kepribadian yang menarik, budaya, nilai dan institusi politik,

dan kebijakan yang dipandang sah atau memiliki otoritas moral. Suatu negara dapat memperoleh hasil yang diinginkannya dalam politik dunia karena negara lain mengagumi nilai-nilainya, meniru teladannya, mendambakan tingkat kemakmuran dan keterbukaannya ingin mengikutinya. Dalam pengertian ini, penting juga untuk menetapkan agenda dan menarik pihak lain dalam politik dunia, dan tidak hanya memaksa mereka untuk berubah dengan ancaman kekuatan militer atau sanksi ekonomi. Kekuatan lunak ini membuat orang lain menginginkan hasil yang Anda inginkan mengkooptasi orang daripada memaksa mereka (Nye, 2004).

1.7 Argumen Sementara

Korean wave merupakan salah satu fenomena yang sedang terjadi saat ini yang mana fenomena *Korean wave* tersebut merupakan salah satu bentuk kelebihan yang dimiliki Korea Selatan dibandingkan dengan negara lain atau bisa dikatakan sebagai *soft power* Korea Selatan. Fenomena *Korean wave* tersebut di Indonesia sangat mewabah terlihat dari banyaknya fans K-Pop yang bahkan terlalu fanatik, dan juga dari banyaknya produk Korea Selatan di Indonesia contohnya seperti produk makanan, produk kecantikan, dan lainnya.

Budaya populer Korea Selatan tersebut disukai banyak orang di dunia khususnya anak-anak muda, sehingga *Korean Wave* tersebut dapat memberi dampak positif terhadap negara Korea Selatan. Karena penggemar produk-produk hiburan Korea Selatan tersebut kebanyakan adalah anak muda, dan juga perilaku konsumtif masyarakat Indonesia sehingga produk Korea Selatan sangat berhasil di Indonesia. Korea Selatan mengalami peningkatan perekonomiannya dengan adanya fenomena *Korean Wave* tersebut karena tingginya minat orang-orang dari

berbagai negara dan juga para penggemar Korea Selatan juga dikenal sangat setia bahkan cenderung fanatik sehingga meningkatnya penjualan produk Korea Selatan (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019)

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang masalah, gejala, fakta, peristiwa dan realita secara mendalam. Pendekatan kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif baik berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang dapat diamati (Anwar, 2021), dan juga bisa didapat melalui kajian pustaka yang berasal dari sumber tertulis seperti jurnal, artikel, buku dan lainnya.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam riset ini yaitu Korea Selatan yang sebagai negara yang menjadi asal mula *Korean wave* tersebut. Sedangkan objek penelitiannya yaitu dampak-dampak yang ditimbulkan dari fenomena *Korean wave* sebagai wadah atau sarana dalam penyebaran Korea Selatan di Indonesia, baik itu yang mempengaruhi gaya hidup warga negara Indonesia maupun meningkatkan kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang merupakan data yang berasal dari data yang telah digunakan oleh peneliti lain atau data dari berbagai sumber lain. Penulis juga menggunakan metode pengumpulan datanya melalui cara pengambilan dari studi dokumen yaitu melalui dokumen yang ada di internet sehingga dapat memudahkan penulis untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan sesuai dengan inti yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1.8.4 Proses Penelitian

Dalam proses penelitian ini, proses penelitian ini berjalan sama dengan pengumpulan datanya, karena datanya di ambil dari dokumen-dokumen sehingga dalam proses melakukan penelitian ini, pada saat yang sama juga dilakukan pengumpulan data sebanyak-banyaknya supaya memperlancar jalannya penelitian ini. dalam proses penelitian ini ini, analisa yang harus dilakukan yaitu memastikan data dan pengambilan kesimpulan dari data-data tersebut.

1.9 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini penulisi membagi tulisan menjadi 4 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan/cakupan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II PERKEMBANGAN *KOREAN WAVE*

Dalam bab kedua ini berisikan tentang profil dan juga bagaimana Korea Selatan dapat menguasai industri global dan menarik banyaknya peminat akan produknya yakni *Korean Wave*. Dan juga dalam bab ini akan menjelaskan mengenai sejarah dan bagaimana perkembangan-perkembangan dari *Korean Wave* tersebut.

BAB III ANALISIS PENGARUH *KOREAN WAVE* SEBAGAI SARANA DIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM HUBUNGAN INDONESIA – KOREA SELATAN.

Dalam bab ketiga ini akan berisikan tentang analisis yang dilakukan oleh penulis tentang bagaimana peran *Korean Wave* sebagai suatu wadah diplomasi yang dimiliki oleh Korea Selatan dalam rangka penyebaran budayanya, dan menjabarkan rumusan masalah sesuai dengan landasan teori yang digunakan.

BAB IV PENUTUP

Bab keempat ini dan juga sebagai bab terakhir akan menyimpulkan serta memberi saran-saran yang diperlukan terhadap pembahasan yang telah dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

SEJARAH *KOREAN WAVE* DAN KERJA SAMA KOREA DENGAN INDONESIA

2.1 Sejarah dan Perkembangan *Korean Wave*

Hallyu (*Korean wave*) adalah sebuah isitilah yang berasal dari Negara Cina yakni Hanliu dalam bahasa mandarin yang memiliki arti gelombang Korea. Yang membuat kepopuleran *Korean wave* semakin meningkat dimulai pada saat ditayangkannya sebuah drama Korea yang berjudul *What Is Love about* di sebuah stasiun televisi nasional China yang bernama China Central Television (CCTV). Tetapi sebelum terkenalnya *Korean wave* seperti saat ini, budaya *Korean wave* pernah bagi beberapa negara tidak menarik sama sekali bahkan tidak masuk kedalam daftar kapasitas ekspor dalam sektor perfilman tidak seperti dari Taiwan, Hong Kong, Cina dan Jepang yang mana negara tersebut termasuk kedalam referensi dilm Asia yang layak untuk ditonton. Kejadian tersebut terjadi pada Korea Selatan dikarenakan pada akhir abad ke 19 Korea Selatan berada di tengah dunia yang kacau dan Korea Selatan sendiri masih menderita akibat penjajahan yang telah terjadi di Korea Selatan selama bertahun-tahun (Sendow, Mamentu, & Rengkung, 2019).

Dampak yang ditimbulkan dari penjajahan tersebut merusak perekonomian Korea Selatan sehingga Korea Selatan harus berjuang dalam membangun kembali negaranya dalam berbagai aspek. Dalam berusaha membangun kembali negaranya Korea Selatan mulai melakukan berbagai hal salah satunya yakni ekspor dalam bidang industri kreatif, dan ekspor dari sektor industri kreatif yang dilakukan oleh

Korea Selatan tersebut juga dibantu dengan adanya gelombang-gelombang demokrasi yang dimulai pada tahun akhir-akhir tahun 1980an sehingga mempermudah Korea Selatan untuk semakin memperkenalkan kebudayaannya melalui industri kreatif (Sendow, Mamentu, & Rengkung, 2019).

Perkembangan *Korean wave* tidak hanya melalui serial dramanya saja tetapi juga musik Korea yang sangat terkenal di Indonesia bahkan di dunia, yang pada saat itu ada beberapa *boyband* maupun *girlband* yang memperkenalkan musik Korea kepada dunia internasional seperti Big Bang, Girls Generation, Super Junior. Pada tahun beberapa grup tersebut merupakan salah satu awal mula kemunculan musik Korea di dunia internasional hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya para penggemar dari luar Korea Selatan termasuk di Indonesia (Rajendra, 2021).

Serial drama Korea maupun Musik Korea merupakan media yang dimiliki oleh Korea Selatan dan digunakan dalam menyebarkan kebudayaan yang ada di Korea Selatan sehingga dapat menarik perhatian masyarakat internasional terhadap negara Korea Selatan, sehingga menyebabkan kepopuleran *Korean wave* tidak hanya meningkatkan pasar musik maupun film saja tetapi juga mempengaruhi sektor lainnya seperti kuliner, fashion, dan lainnya. Seperti halnya brand smartphone Samsung yang berasal dari Korea Selatan yang selalu ditampilkan dalam serial drama maupun film Korea Selatan yang mana dapat meningkatkan angka penjualannya.

Awal mula masyarakat Indonesia mengenal *Korean wave* pada tahun 2002 dengan diputarnya drama Korea di stasiun televisi Indonesia, yang pada tahun tersebut sedang diselenggarakannya piala dunia di Korea Selatan jadi drama Korea yang di putar di televisi Indonesia tersebut bertujuan untuk memperkenalkan Korea

Selatan di kancah internasional. Drama Korea pertama yang diputar di Indonesia berjudul *Mother's Sea* yang di putar di stasiun televisi Trans TV dan setelah itu diputar lagi drama Korea di stasiun televisi Indosiar yang berjudul *Endless Love* dan mendapatkan rating 10 yang berarti drama tersebut sangat disukai oleh masyarakat Indonesia (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019). Drama Korea yang berjudul *Endless Love* tersebut membuka kesempatan bagi Korea Selatan untuk menyebarkan pengaruh kebudayaan mereka ke Indonesia hingga saat ini.

Setelah penayangan drama *Endless Love* tersebut di Indonesia, masyarakat Indonesia menjadi lebih mengenal kebudayaan Korea Selatan seperti pakaian tradisional Korea (Hanbok), makanan Korea, dan juga ada orang yang mempelajari tulisan Korea (hangul) (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019). Karena tingginya antusiasme masyarakat Indonesia akan produk Korea Selatan sehingga mempermudah dilakukan kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan seperti yang dilakukan pada saat Segye Asean Forum yang dilaksanakan pada tahun 2020, dalam forum tersebut dijelaskan bahwa kedua negara meyakini dapat meningkatkan kerja sama terutama pada sektor bisnis dan sektor industri (Septyaningsih, 2020).

Fenomena demam *Korean wave* di Indonesia yang berhasil menarik minat masyarakat Indonesia sehingga membuat masyarakat semakin ingin melakukan perjalanan ke Korea Selatan supaya dapat merasakan secara langsung seperti yang dilihat melalui drama Korea, hal tersebut dibuktikan dengan adanya data yang mengatakan bahwa Indonesia termasuk salah satu dalam 10 besar wisatawan ke Korea Selatan (Bisnis.com, 2021).

2.2 Bentuk-bentuk *Korean wave*

2.2.1 K-Drama

Korea drama yang merupakan salah satu produk dari *Korean wave* yang sangat populer di lingkup internasional, termasuk di Negara Indonesia. Drama korea berisikan konten-konten yang berisikan kebudayaan-kebudayaan yang dimiliki oleh Korea Selatan dan menjadi salah satu produk penting yang dimiliki oleh Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaan negaranya. Penyebaran drama Korea di Asia salah satu faktornya disebabkan terjadinya liberalisasi media pada tahun 1990, lalu semakin dikenal oleh masyarakat di kawasan Asia setelah terjadinya keberhasilan penayangan drama Korea yang berjudul *What is Love All About?* Yang ditayangkan di China dan ditayang ulang pada tahun 1998 yang mana pada saat tersebut drama Korea tersebut berhasil mencetak peringkat tertinggi kedua dalam sejarah pertelevisian Cina.

Drama Korea yang sarat akan kebudayaan Korea Selatan akan tetapi tidak menunjukkan kalau Korea Selatan bukanlah negara yang ketinggalan zaman karena selain sarat akan budaya drama Korea juga memberikan unsur modernisasi dan menghasilkan sebuah kombinasi antara tradisional dengan modernisasi menjadi sangat bagus sehingga drama Korea menjadi salah satu hiburan yang sangat diminat di lingkup Internasional pada saat ini, hal tersebut dapat dilihat dari sebuah drama Korea yang sempat viral pada tahun lalu yang berjudul *Squid Game* yang tayang perdana pada 17 September 2021 dan hanya dalam 27 hari serial *Squid Game* tersebut mendapatkan penonton yang sangat banyak mencapai 111 juta penonton melalui *Netflix* dan menjadi serial di *Netflix* yang memiliki jumlah penonton terbanyak pada tahun 2021 (Javier, 2021).

2.2.2 K-Pop

K-Pop merupakan musik beraliran pop Korea dan juga merupakan musik populer yang asli berasal dari Korea Selatan dan telah dikenal di seluruh dunia, K-Pop menjadi sangat terkenal di dunia musik dunia karena memiliki keistimewaan yakni kebanyakan dari para penyanyi yang terkenal tersebut merupakan berbentuk *Boyband* maupun *Girlband* dan sangat identik dengan tarian yang mereka lakukan karena biasanya para pemain dibidang musik jarang ada yang melakukan hal tersebut dan sehingga itu menjadi suatu identitas musik yang dimiliki oleh Korea Selatan. Musik pop Korea tersebut mulai masuk kedalam pasar internasional pada saat awal tahun 2000 dan mulai saat itu hingga saat ini telah berhasil menarik perhatian para masyarakat dunia baik itu dari Asia, Eropa, Bahkan Amerika Serikat terutama untuk negara Indonesia yang memiliki pasar K-Pop salah satu terbesar di dunia (Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia, 2021).

2.2.3 Korean Food

Korean wave yang semakin berkembang dari hari ke hari di seluruh dunia sehingga saat ini tidak hanya film dan musiknya saja yang dikenal oleh dunia, namun saat ini sudah sampai ke bidang kuliner. Produk kuliner Korea Selatan sedang menjadi tren di kalangan anak-anak muda Indonesia karena keberhasilan Korea Selatan dalam memperkenalkan produk kulinernya melalui drama Korea sehingga menyebabkan para penggemar ingin mencobanya, mungkin karena penasaran dan lainnya. Dan saat ini sudah tidak terlalu sulit untuk mencari kuliner Korea Selatan di Indonesia karena fenomena *Korean wave* di Indonesia, seperti *Samyang* dan berbagai makanan instan Korea Selatan bisa dengan mudah

didapatkan di supermarket Indonesia dan juga ada makanan khas Korea Selatan yang banyak dijual di Indonesia seperti tteokbokki, kimbap, corndog dan juga ayam pedas Korea yang mana merupakan kuliner Korea Selatan yang cukup terkenal di Indonesia (Mahza, 2021).

2.3 Kerja sama Korea Selatan dengan Indonesia

Hubungan diplomatik antara Indonesia dengan Korea Selatan telah terjalin selama 40-an tahun, hubungan diplomatik antar kedua negara tersebut terbentuk semenjak September 1973 tetapi hubungan tingkat konsulat sudah terjalin mulai pada Agustus 1966. Kedua negara tersebut selalu berusaha dalam meningkatkan hubungan dan kerjasama baik dalam bentuk bilateral, regional, maupun multilateral. Kedua negara menyepakati untuk meningkatkan hubungan dan kerjasama dalam berbagai bidang sehingga menjadikan Korea Selatan salah satu negara yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia karena banyak kerjasama dan perjanjian yang terjalin dengan negara Indonesia (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2022)

Hubungan kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan semakin erat semenjak dilakukannya penandatanganan *the Joint Declaration in Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century* yang dilaksanakan pada bulan desember 2006 di Jakarta, dalam deklarasi tersebut terdapat kesepakatan antara dua negara tersebut untuk dapat menjalin hubungan baik dalam berbagai bidang seperti meningkatkan perekonomian, sosial-budaya, dan politik. Kesepakatan tersebut juga bertujuan dalam memperluas jaringan Korea Selatan serta membangun citra negaranya di Indonesia, dan dalam pelaksanaan

deklarasi tersebut memotivasi adanya kerjasama dalam bidang investasi dan juga perdagangan hingga kerjasama dibidang industri kreatif (Cahyani, 2021). Sesuai dengan isi dari deklarasi tersebut yang terdapat 3 poin penting kerjasama yakni yakni: kerjasama politik dan keamanan; kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi; kerjasama sosial budaya. Hubungan yang terjalin antara Indonesia dengan Korea Selatan merupakan sebuah hubungan antar negara yang saling melengkapi satu sama lain karena Indonesia memerlukan modal atau investasi, teknologi dan juga produk-produk teknologi, sehingga Korea Selatan merupakan salah satu negara yang dapat memenuhi kebutuhan Indonesia sebagai sumber modal dan juga teknologi dikarenakan teknologi Korea Selatan jauh lebih maju ketimbang Indonesia. Sedangkan Korea Selatan membutuhkan sumber daya alam serta sumber daya manusia yang dimiliki oleh Indonesia.

2.3.1 Kerja Sama di Sektor Perdagangan

Hubungan Indonesia dengan Korea Selatan yang sudah sangat erat juga berdampak positif terhadap siklus perdagangan yang dilakukan antar kedua negara dan menjadi mitra penting dibidang perdagangan antar keduanya karena keduanya saling membutuhkan dalam hal-hal tertentu seperti Korea Selatan yang membutuhkan sumber daya alam dan sumber daya manusia sedangkan Indonesia membutuhkan modal dan investasi asing untuk membangun infrastruktur supaya dapat mendongkrak perekonomiannya dan Korea Selatan dapat membantu hal tersebut.

Salah satu bentuk kerjasama dibidang perdagangan antara Indonesia dengan Korea Selatan yakni IK-CEPA (*Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*) perjanjian tersebut bertujuan untuk dapat meningkatkan

hubungan kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan pada bidang perdagangan dan ekonomi, perjanjian tersebut berisikan 3 pilar penting yakni memberi akses ke pasar perdagangan barang dan jasa, menyediakan dan meningkatkan fasilitas perdagangan dan investasi, lalu kerjasama dan melakukan peningkatan capacity building (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2022). IK-CEPA pertama kali dirundingkan pada tahun 2012 dan perundingan mengenai IK-CEPA sempat berhenti dari tahun 2014 hingga 2018 lalu perundingan IK-CEPA dimulai kembali pada tahun 2019 dan dilakukannya persetujuan direativasi sampai 10 putaran kemudian dilakukannya penandatanganan pada 18 Desember 2020 (Rabbi, 2021).



Sumber foto: Kementerian Perdagangan Indonesia, *Penandatanganan Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*, 18 Desember 2020, Tersedia di <https://www.kemendag.go.id/id/photo/penandatanganan-indonesia-korea-comprehensive-economic-partnership-agreement>.

Perjanjian IK-CEPA tersebut membawa hubungan Indonesia dengan Korea Selatan semakin intens dikarenakan dalam IK-CEPA tersebut melingkupi cakupan yang luas termasuk perdagangan barang dan jasa yang sekaligus mencakup

penurunan/penghapusan tarif, dibidang perdagangan barang Korea Selatan akan mengeliminasi sampai 95,54 persen pos tarifnya sedangkan Indonesia akan mengeliminasi 92,06 persen pos tarifnya. Serta terjadinya peningkatan ekspor impor antara kedua negara seperti pada tahun 2019 Korea Selatan menjadi negara tujuan ekspor kedelapan dan sumber impor keenam bagi Indonesia, dan total perdagangan Indonesia dengan Korea Selatan pada tahun 2019 hingga menyentuh USD 15,65 Miliar, itu didapat dari nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan sebesar USD 7,23 Miliar dan impor Korea Selatan Ke Indonesia sebesar USD 8,42 Miliar, perdagangan antar kedua negara tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 2,5 persen dari tahun 2015 hingga 2019 (Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, 2020).

Melalui kesepakatan IK-CEPA tersebut juga mencakup kedua negara supaya dapat melakukan kerjasama ekonomi di berbagai sektor seperti di sektor industri, infrastruktur, teknologi, perikanan, budaya dan bidang kreatif, perikanan, kehutanan, dan juga melalui IK-CEPA Indonesia dapat melakukan pelatihan tenaga kerja di Korea Selatan dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, 2021).

2.3.2 Kerja Sama Di Sektor Pendidikan

Dampak dari pengaruh *Korean Wave* tersebut juga dialami dibidang pendidikan karena menarik minat masyarakat Indonesia untuk mempelajari budaya dan bahasa Korea. *Korean wave* tersebut juga menjadi acuan atau memotivasi beberapa orang untuk dapat menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi lagi dikarenakan keinginan untuk menempuh pendidikan di Korea Selatan sehingga secara tidak langsung meningkatkan keinginan beberapa masyarakat Indonesia

untuk belajar lebih keras supaya dapat menjalankan mimpinya yakni menempuh pendidikan di Korea Selatan khususnya di perguruan tinggi. Karena tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menempuh pendidikan di Korea Selatan itu juga dipengaruhi dengan kualitas pendidikan di Korea Selatan yang terkenal bagus dan juga negara Korea selatan menyediakan beasiswa kepada orang yang memiliki minat untuk menempuh pendidikan di Korea Selatan seperti: *Korean Government Scholarship Program (KGSP)*, *Scholarship for Asian Studying in Korea*, *The Korea International Cooperation Agency* dan masih banyak lainnya (INDBeasiswa, 2016). Sehingga semakin tingginya minat masyarakat untuk dapat menjalani dunia pendidikan di Korea Selatan karena banyaknya Beasiswa yang di berikan oleh pemerintah untuk orang luar Korea menempuh pendidikan di Korea Selatan.

Tingginya minat untuk menempuh pendidikan di Korea Selatan terbukti dari data yang tercatat pada November 2019 yang dalam data tersebut menyebutkan jumlah mahasiswa atau pelajar yang berasal dari Indonesia sedang menjalani pendidikan di Korea Selatan berjumlah 1.500 orang (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2022). Jadi dengan adanya faktor hubungan yang sudah terjalin antara Indonesia dengan Korea Selatan dan tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menempuh pendidikan di Korea Selatan, kedua negara melakukan berbagai kerjasama dibidang pendidikan seperti melakukan pertukaran guru dan tenaga pengajar, pertukaran ahli dibidang primary dan secondary education, kerjasama antar universitas, melakukan seminar atau pameran dalam rangka menarik minat orang untuk menempuh pendidikan baik itu di Korea Selatan maupun di Indonesia (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2022).

Kerjasama yang terjadi di sektor pendidikan antara Indonesia dengan Korea Selatan tidak hanya dilakukannya pertukaran pelajar saja tetapi juga antara pihak swasta seperti yang dilakukan oleh Universitas Islam Indonesia yang melakukan kerjasama dengan Tongmyong University yang dilaksanakan pada 14 juni 2021, kerjasama yang terjalin tersebut berfokus untuk membangun kerjasama akademik dan pendidikan. Dalam isi kesepakatan tersebut bertujuan supaya memudahkan mahasiswa untuk dalam menjalani berbagai program pendidikan seperti *Joint degree*, *Double degree* bagi beberapa program studi, dan juga memperluas koneksi Universitas Islam Indonesia dalam melaksanakan program magang mahasiswa karena di Korea Selatan memiliki banyak industri besar sehingga dapat menambah pengalaman mahasiswa di dunia kerja (Universitas Islam Indonesia, 2021).

2.4 Aktor-aktor yang Berperan dalam Keberhasilan *Korean Wave*

2.4.1 Peran Pemerintahan Korea Selatan dalam Perkembangan

Korean wave

Pemerintah Korea Selatan merupakan salah satu kunci kesuksesan Korea Selatan dalam menyebarkan budaya pop Korea karena pemerintah Korea Selatan sadar akan dampak positif dari produk budaya karena dengan melakukan ekspor produk budaya tersebut dapat membentuk citra Korea Selatan yang dikenal sebagai negara yang mempunyai kebudayaan yang unik dan dapat menjadi identitas Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan memberi dukungan terhadap industri kreatifnya disebabkan bahwa pemerintah Korea Selatan sadar akan memiliki kesempatan

besar untuk meningkatkan perekonomian negara melalui produk kreatif tersebut dan itulah mengapa Korea Selatan meningkatkan fokus negara kepada ekspor produk kebudayaan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian negara dikarenakan pada saat itu di Korea Selatan mengalami dampak akibat krisis ekonomi Asia.

Salah satu bentuk dukungan yang diberikan oleh pemerintah Korea Selatan dalam industri kreatifnya yakni dahulu pemerintah Korea Selatan memberi beasiswa kepada artis Korea dari berbagai bidang seni untuk dapat mempelajari terkait kesenian di Amerika dan Eropa, dan bentuk dukungan yang diberikan oleh pemerintah Korea Selatan tersebut berhasil meningkatkan pengetahuan dan menambah pengalaman bagi para artis tersebut mengenai kesenian (Kompas, 2012).

Pemerintah Korea Selatan juga membentuk Departemen Pop Culture yang menjadi bagian dari Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata. Berbagai produk *Korean wave* seperti K-Pop, K-Drama, K-Film dan yang lainnya menjadi salah satu fokus dalam departemen tersebut dan bahkan departemen tersebut merupakan satu-satunya badan yang merupakan bagian dari pemerintah yang memiliki fokus dibidang yang berhubungan dengan budaya pop di seluruh dunia (Fajar, 2021). Kementerian Perekonomian dan Keuangan memiliki rencana untuk menyiapkan dana khusus untuk mempromosikan *soft power* Korea Selatan dengan jumlah 584,8 juta USD.

2.4.2 Peran Media Korea Selatan Dalam Memperkenalkan dan Perkembangan Hallyu

Media merupakan salah satu aktor yang paling penting dalam penyebaran budaya populer *Korean wave* karena penyebarannya produk budaya yang diterapkan Korea Selatan melalui produk-produk hiburan dan industri kreatif seperti film, drama, iklan dan musik. Seperti yang dijelaskan oleh Adorno dan Horkheimer bahwa media tersebut bukan hanya sekedar membantu dalam menyebarluaskan produk budaya saja tetapi media tersebut juga dapat memanipulasi kesadaran dan pikiran manusia yang pada akhirnya dapat membuat masyarakat melupakan nilai tukar dan nilai guna sehingga dapat menarik minat masyarakat dalam skala yang sangat besar (Valentina & Istriyani, 2013).

Dalam perkembangan *Korean wave* yang terkesan sangat cepat tersebut dapat terjadi karena mendapat dukungan dari banyak pihak yang salah satunya adalah perusahaan media berupa dukungan produksi maupun dalam bentuk uang. Seperti perusahaan di industri kreatif yang sangat terkenal yakni SM Entertainment, YG Entertainment, JYP Entertainment. Ketiga perusahaan industri kreatif tersebut berhasil memperkenalkan musik pop Korea yang biasa disebut K-Pop di kancah internasional, ketiga perusahaan industri kreatif itu memperkenalkan K-Pop dengan memanfaatkan globalisasi yang terjadi saat ini, dimana orang dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi mengenai produk kreatif Korea hanya melalui jaringan internet tidak hanya melalui situs resmi saja tetapi juga menggunakan sosial media seperti *twitter* dan *facebook* karena kedua sosial media tersebut dapat melakukan interaksi antara fans dengan idolanya sehingga itu lebih menarik perhatian para fansnya (Kurniawan, 2017).

Di sektor pertelevisian juga memberi dukungan dalam perkembangan *Korean wave* seperti KBS World, perusahaan tersebut menayangkan berbagai produk kreatif Korea dan tidak hanya program hiburan saja tetapi juga memperkenalkan kuliner, musik tradisional, dan mengenai tempat wisata di Korea Selatan sehingga menarik perhatian orang-orang untuk melakukan perjalanan ke Korea Selatan. Dan juga perusahaan tersebut memiliki aplikasi sehingga lebih mempermudah orang untuk mengakses berbagai informasi tentang Korea Selatan setiap saat, dalam aplikasi tersebut tidak hanya mengenai berita Korea Selatan saja bahkan juga membahas sejarah dan kebudayaan Korea Selatan (Kurniawan, 2017).



BAB III
ANALISIS PENGARUH KOREAN WAVE SEBAGAI SARANA
DIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM HUBUNGAN INDONESIA-
KOREA SELATAN

Pada bab 3 ini akan membahas mengenai hasil dari analisis implementasi *soft power* terhadap Korea Selatan yang menggunakan *Korean wave* sebagai sarana diplomasi negaranya ke Indonesia. *Korean wave* yang merupakan bentuk dari *soft power* yang dimiliki oleh Korea Selatan melibatkan unsur-unsur seperti sumber, aktor yang terlibat (*referees* dan *receivers*), dan *agenda setting* dan *attraction*. *Korean wave* tersebut berbasis budaya populer dan lalu diperkenalkan ke berbagai negara lain sebagai produk budaya dalam berbagai bentuk seperti drama, film, musik, animasi, dan games. Produk budaya tersebut menggabungkan modernitas dan teknologi dengan tradisi dan nilai kekeluargaan supaya bisa dengan mudah diterima oleh masyarakat.

Dalam tujuan menjabarkan analisis tersebut penulis menggunakan pendekatan *soft power* menurut Joseph Nye. Joseph Nye menjelaskan bahwa dalam konsep *soft power* tersebut terdiri dari 3 pilar yakni: unsur-unsur kebudayaan (*culture*) yakni kebudayaan yang ada dan dipraktikkan di Korea Selatan, dan nilai politik (*political values*) yakni nilai-nilai domestik yang dimiliki oleh Korea Selatan, serta kebijakan luar negeri (*foreign policy*) yakni pola-pola politik luar negeri yang digunakan oleh Korea Selatan (Nye, 2004).

3.1 Unsur-Unsur Kebudayaan

Menurut Joseph Nye mengenai kebudayaan merupakan suatu kumpulan dari nilai-nilai dan praktik yang dapat membentuk suatu makna bagi masyarakat dan budaya tersebut juga memiliki banyak manifestasi dan memiliki tingkatan. *High culture* merupakan suatu budaya yang dapat berwujud dalam literature, seni, dan pendidikan yang dapat menarik perhatian para *Elites* dan juga budaya populer/*Pop culture* yang berfokus pada hiburan massal (Nye, 2004).

Berdasarkan penjelasan mengenai kebudayaan menurut Joseph Nye yakni kebudayaan dapat berupa *high culture* dan *popular culture*, dan masing-masing dari jenis budaya tersebut memiliki tujuan dan sasaran penikmat yang berbeda. Dalam hal *Korean wave* dapat dikategorikan dalam bagian *popular culture* dikarenakan seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa *popular culture* berfokus pada bidang hiburan massal dan *Korean wave* merupakan bagian dari hiburan massal tersebut.

Korean wave tersebut terbentuk dari kebudayaan Korea Selatan sebagai landasan dasarnya yang mana kebudayaan Korea Selatan tersebut memiliki karakteristik yang memiliki afinitas yang sangat kuat dengan musik dan tarian dikarenakan sejak jaman dahulu Korea Selatan sangat menyukai musik dan tarian berdasarkan sejarah Korea para petani ketika melakukan bekerja di ladang atau merayakan panen, para petani bernyanyi atau bahkan menari mengikuti musik atau lagu tradisional Korea (Jang & Paik, 2012).

Bentuk kebudayaan Korea Selatan yang terdapat dalam *Korean wave* ada banyak sekali yang diperkenalkan kepada kancah internasional melalui media salah satu adalah K-Drama yang mana dalam drama Korea tersebut menunjukkan berbagai budaya Korea Selatan dan yang terdapat dalam drama Korea tersebut

memiliki unsur universal seperti sistem keagamaan, sistem pencaharian, seni dan masih banyak lainnya. Hal tersebutlah menjadi salah satu penyebab Korea Selatan untuk menjadi negara yang terkenal dibidang kebudayaan dan bahkan di beberapa negara peminat Korea Selatan lebih banyak ketimbang Amerika walaupun Amerika masih memiliki pengaruh yang sangat besar di dunia melalui berbagai propaganda yang dapat mereka tunjukkan melalui film Hollywood.

Peranan pemerintah Korea Selatan budaya populer tidak terlepas dari *agenda setting* yang menjadi daya tarik (*attraction*). Sehingga dapat disimpulkan mengenai daya tarik yang digunakan oleh Korea Selatan dengan menggunakan *Korean wave* tersebut berupa:

Pertama, dalam kebudayaan Korea Selatan yang diperkenalkan ke kancah internasional seperti bahasa Korea Selatan yakni *Hangeul* menjadi salah satu bahasa yang minati oleh anak-anak muda pada saat ini, hal tersebut terjadi dikarenakan fenomena *Korean wave* tersebut hingga saat ini memiliki peminat yang sangat tinggi, sehingga melalui *Korean wave* tersebut dapat membentuk identitas nasional Korea Selatan dan dapat membangun citra negara di kancah internasional termasuk di Indonesia.

Kedua, dalam *Korean wave* juga mengandung unsur kebudayaan tradisional yang dapat menjadi identitas seperti dengan memasukkan unsur Konfusianisme, Konfusianisme tersebut merupakan sebuah tradisi yang secara dimiliki bersama oleh orang-orang di wilayah Asia Timur. Bentuk-bentuk nilai-nilai Konfusianisme yang ada dalam *Korean wave* seperti beberapa K-Drama yang menggunakan tema seperti kekeluargaan, penghormatan terhadap generasi yang lebih tua, dan ketaatan terhadap suatu tradisi sebagai bagian dari dramatisasi Korea Selatan, dengan

demikian hasil dari gabungan nilai-nilai Konfusianisme dengan modernisasi tersebut menjadi suatu hiburan yang dapat dinikmati dari berbagai generasi dan juga dari luar Korea Selatan. Sehingga dengan begitu dapat menjadi pembeda dengan budaya populer dari negara lain serta juga memiliki beberapa keuntungan bagi Korea Selatan dikarenakan Konfusianisme tidak hanya ada di Korea Selatan saja tetapi juga ada di kawasan lain seperti halnya Asia Tenggara yang merupakan salah satu kawasan yang merupakan penggemar akan *Korean wave* sangatlah tinggi, hal tersebut menunjukkan kesuksesan Korea Selatan atas menggabungkan unsur tradisional (Konfusianisme) dengan modern.

Ketiga, unsur *fashion* yang ada terdapat dalam *Korean wave* juga menjadi sebuah poin penting dalam menarik minat orang-orang untuk menjadi penikmat karya-karya yang berasal dari Korea Selatan tersebut. *Fashion* sudah tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. *Fashion* menjadi daya tarik terbesar dan sangat berpengaruh bagi kehidupan bermasyarakat. Konsep *fashion* yang secara tidak langsung diperkenalkan melalui *Korean wave* tersebut tidak hanya pakaian modern tetapi juga memperkenalkan pakaian tradisional Korea Selatan yang bernama *Hanbok*, yang mana pakaian tersebut pastinya sangat melekat dengan sejarah dan kebudayaan Korea Selatan.

Seiring berkembangnya *K-Pop* dan *K-Drama* menciptakan para fans yang sangat tertarik akan style para selebritis Korea Selatan baik itu idol wanita maupun pria sehingga menjadikan Korea Selatan menjadi salah satu negara yang menjadi “kiblat” *fashion* saat ini dan hal tersebut merupakan hasil dari *Korean wave* yang memperkenalkan cara berpakaian dan bahkan komestik-komestik. *Fashion* yang berasal dari Korea Selatan tentu memiliki ciri unik tersendiri yang dapat membuat

orang menyukainya yakni seperti gaya *fashion* Korea Selatan terkenal akan pakaian yang berwarna lebih soft sehingga lebih mudah dan cocok bagi orang Indonesia. Fashion yang secara tidak langsung diperkenalkan oleh Korea Selatan tidak hanya bagi wanita saja karena saat ini banyak juga untuk para pria seperti halnya beberapa gaya potongan rambut pria.

3.1.1 Pertukaran Budaya Indonesia dengan Korea Selatan

Bentuk kerjasama di bidang kebudayaan ada banyak tidak hanya melalui pemerintahan saja tetapi juga dapat melalui media massa, jika dari sisi pemerintahan seperti yang ada yakni dapat melalui pertukaran pelajar tersebut dapat menjadi salah satu jalan terjadinya pertukaran budaya antara budaya Indonesia dengan Korea Selatan dan juga dapat melalui media massa seperti program televisi Korea Selatan yaitu KBS World melakukan sebuah program di beberapa negara salah satunya Indonesia dalam beberapa bahasa seperti bahasa Vietnam, bahasa Inggris, bahasa Indonesia, bahasa Arab, dan bahasa Jepang dalam tujuan untuk memperkenalkan budaya dan pariwisata negara tersebut ke negara lain termasuk negara Korea Selatan dan nama program tersebut adalah *Battle Trip* dan program tersebut sudah dilakukan di Indonesia untuk beberapa kali seperti pada tahun 2019 dilakukan di Yogyakarta dan tempat yang menjadi tempat syuting tersebut ada banyak seperti gumuk pasir, kopi joss, malioboro, Borobudur dan lainnya dan juga pada saat itu liputan *Battle Trip* Yogyakarta tersebut mendapatkan voting yang tinggi sehingga menunjukkan bahwa banyak orang yang menyukai destinasi-destinasi liburan dan budaya di Indonesia dan hal tersebut dilakukan kembali pada tahun 2020 dilakukan di kota Jakarta dan kota Bogor yang dilakukan oleh anggota

boyband The Boyz yakni Hyunjae dan Haknyeon (Ratnanggana, Sushanti, & Resen, 2020).



Sumber: Riyo Niardo, “*Battle Trip*” Tayangkan Episode Anggota SEVENTEEN di Yogyakarta, Kpop Chart, tersedia di <https://kpopchart.net/2019/06/battle-trip-tayangkan-episode-anggota-seventeen-di-yogyakarta.html>.

Indonesia juga menyelenggarakan sebuah acara festival di Korea Selatan tepatnya di Cheonggye Plaza pada tanggal 20 hingga 22 September 2019 dalam rangka memperkenalkan kebudayaan Indonesia, dalam acara tersebut terdiri dari 4 agenda utama yakni pameran produk kreativitas Indonesia, forum bisnis, lomba memasak, serta penampilan dan workshops budaya. Dalam acara Festival Indonesia 2019 tersebut memberi kesempatan bagi para pengunjung untuk dapat belajar kesenian Indonesia yang berupa tarian dan musik tradisional seperti tari saman dan alat musik gamelan serta juga dapat mempelajari proses pembuatan batik sehingga para pengunjung Festival Indonesia 2019 tersebut dapat lebih kenal akan budaya

dan kesenian Indonesia ke dalam lingkup internasional (Ratnanggana, Sushanti, & Resen, 2020).



Sumber: Aprilio Akbar, *Festival Indonesia 2019 di Korea Selatan*, Antara Foto, tersedia di <https://www.antarafoto.com/bisnis/v1569051604/festival-indonesia-2019-di-korea-selatan>

3.2 Nilai dan Kebijakan Domestik Korea Selatan terkait *Korean Wave*

Dalam menjelaskan komponen nilai-nilai domestik (domestic values), Joseph Nye Jr. mengambil soft-power Amerika Serikat sebagai studi kasus yang dibahas dalam tulisannya. Lebih lanjut Joseph Nye Jr. mengatakan bahwa:

The United States, like other countries, expresses its values in what it does as well as what it says. Political values like democracy and human rights can be powerful sources of attraction, but it is not enough just to proclaim them (Joseph S. Nye, 2004)

Dengan demikian berdasarkan kutipan dari tulisan Joseph Nye tersebut dapat disimpulkan bahwa negara mengekspresikan nilai-nilai yang dianut melalui tindakan dan juga ucapan. Berdasarkan kutipan diatas Joseph Nye menggunakan

contoh nilai demokrasi dan hak asasi manusia yang menjadi nilai yang dimiliki Amerika Serikat sebagai sumber daya tarik. Tetapi nilai-nilai hak manusia dan demokrasi tidak hanya disebarkan dalam forum internasional saja tetapi juga dalam kondisi domestik dikarenakan berdasarkan penjelasan Joseph Nye bahwa *soft power* dapat menimbulkan dampak yang signifikan jika nilai-nilai dalam *agenda Setting* tidak hanya dikampanyekan dalam forum internasional saja, tetapi juga harus dilakukan sendiri didalam negeri.

Nilai politik tersebut adalah sebuah bentuk budaya politik yang dipercayai oleh masyarakat, negara, dan bangsa yang dipercayai dapat menjadi sebagai pedoman atau petunjuk dalam melakukan kegiatan kehidupan terutama dalam hal kehidupan politik (Anshari, 2016). Korea Selatan yang memiliki kapabilitas disektor kebudayaan sehingga membuat Korea Selatan memiliki nilai politik melalui sektor budaya, sehingga Korea Selatan memfokuskan *Korean wave* sebagai salah satu sarana Korea Selatan dapat membangun hubungan dengan negara lain termasuk Indonesia.

Berdasarkan penjelasan dari Joseph Nye di atas yang mengatakan bahwa dalam *soft power* akan dapat memberi dampak yang signifikan jika nilai-nilai dalam *agenda Setting* tidak hanya dikampanyekan dalam forum internasional saja, tetapi juga harus dilakukan sendiri didalam negeri. Dengan demikian dalam rangka penyebaran kebudayaan Korea Selatan melalui budaya populer *Korean wave*, supaya dapat diterima oleh masyarakat dan menimbulkan dampak yang signifikan Korea Selatan harus dapat menerapkan nilai-nilai yang ada dalam *agenda setting*, baik dilevel domestik maupun internasional.

Adapun *agenda setting* (tujuan) dibalik *Korean wave* adalah merujuk pada kebutuhan untuk dapat menyebarluaskan kebudayaan yang dimiliki oleh Korea Selatan dan dapat meningkatkan perekonomian pasca krisis ekonomi. Korea Selatan yang pada jaman dahulu mengalami perang saudara dengan Korea Utara yang mana berakibat sangat fatal bagi perekonomian dan infrastruktur sosial Korea sehingga melakukan berbagai upaya untuk dapat memperbaiki perekonomian negara dan salah satunya adalah produk budaya, yang pada saat ini menyebabkan Korea Selatan sangat dikenal masyarakat luar Korea Selatan dikarenakan budaya populer Korea Selatan yang diperkenalkan melalui *Korean wave* dan industri budaya yang dimiliki oleh Korea Selatan tersebut merupakan salah satu penyebab Korea Selatan dapat meningkatkan perekonomian dan bahkan dapat bangkit kembali dari dampak krisis ekonomi yang terjadi di Asia tahun 1997.

Dengan adanya sejarah yang sangat panjang *Korean wave* tersebut Korea dapat menjadi nilai politik Korea Selatan dikarenakan mempunyai sejarah yang sangat panjang dan juga dapat membentuk baik itu citra maupun identitas Korea Selatan di mata internasional, serta peran *Korean wave* yang menjadi salah satu faktor penting bagi Korea Selatan dapat melewati masa-masa terpuruk sehingga memiliki nilai yang sangat tinggi baik itu bagi masyarakat Korea itu sendiri maupun dimata publik dari berbagai negara lain.

3.2.1 Nilai Domestik Korea Selatan terkait *Korean Wave*

Penjelasan pada sub bab ini adalah apa saja nilai-nilai domestik yang dimiliki oleh Korea Selatan yang dapat menjadi poin penting dalam memperkenalkan *Korean wave* sehingga dapat menjadi alat diplomasi yang dapat digunakan oleh Korea Selatan.

Pertama, dalam *Korean wave* juga menganut kebudayaan tradisional Korea yakni Konfusianisme yang sangat erat bagi Korea Selatan seperti yang sudah dijelaskan di atas. Sehingga dapat menjadi nilai politik Korea Selatan karena dalam Konfusianisme tersebut walaupun dapat menjadi pembeda dengan negara lain tetapi juga mengandung nilai universal sehingga dapat menjadi bahan refleksi negara lain dan juga ajaran Konfusianisme tersebut tidak hanya ada di Korea Selatan saja tetapi juga ada di Asia Timur dan juga Asia Tenggara, sehingga dengan adanya ajaran Konfusianisme dapat mempermudah Korea Selatan untuk masuk ke kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara karena juga terdapatnya ajaran Konfusianisme dikarenakan beberapa negara di kawasan tersebut memiliki hubungan dengan ajaran Konfusianisme.

Kedua, nilai domestik Korea Selatan yang ditunjukkan melalui *Korean wave* adalah modernitas dan hal tersebut dapat dilihat dari penggambaran Korea Selatan yang dikenal sebagai negara *modern* melalui produk-produk budaya seperti drama televisi yang memuat gaya hidup dan tren sehingga memberi gambaran kepada para penonton bahwa Korea Selatan sangat modern dan menjadi suatu daya tarik. Dalam tujuan untuk menunjukkan modernitas Korea Selatan juga menggabungkan teknologi dengan drama televisi melalui dilibatkannya teknologi-teknologi terkini dalam sebagian drama Korea seperti gadget, dan alat-alat elektronik, maupun teknologi informasi. Sehingga dengan demikian negara-negara lain seperti negara di kawasan Asia Tenggara dapat merasakan kedekatan akan lingkungan modern tempat mereka tinggal dapat menerima budaya dari Korea Selatan tersebut dengan mudah.

3.2.2 Kebijakan Domestik Korea Selatan terkait *Korean Wave*

Dalam mencapai tujuan menyebarkan budaya pop *Korean wave* maka dibutuhkan adanya bantuan dari pemerintah Korea Selatan, kebijakan-kebijakan domestik yang dapat menunjukkan keseriusan pemerintah Korea Selatan mengenai *Korean wave*. Adapun beberapa kebijakan-kebijakan pemerintah Korea Selatan terkait *Korean wave* yakni sebagai berikut:

Pertama, pada masa pemerintahan Roh Moo Hyun, pemerintahan Korea Selatan berupaya untuk dapat membangun citra Korea Selatan di kancah internasional melalui sektor budaya, salah satu kebijakannya adalah kebijakan *Han Style*. Kebijakan *Han Style* adalah sebuah kebijakan domestik Korea Selatan yakni mengenai transisi atau perubahan dari tradisional Korea Selatan menjadi budaya global, Orientasi Gaya Han dalam mendukung fenomena hallyu melalui budaya tradisional Korea memiliki makna bahwa Gaya Han memfasilitasi keinginan masyarakat internasional untuk mengenal budaya tradisional Korea. dan *Han Style* tersebut merupakan hasil kolaborasi dari beberapa pilar yakni: *Hanbok* (pakaian tradisional Korea Selatan), *Hanji* (kertas tradisional Korea Selatan), *Hangeul* (bahasa Korea Selatan), *Hanok* (rumah tradisional Korea Selatan), *Hanshik* (makanan tradisional Korea Selatan), *Hangeuk* (musik tradisional Korea Selatan) (Yanti, 2015).

Kedua, kebijakan *segzehwa* yang dicetuskan pada tahun 1994 merupakan sebuah kebijakan yang bertujuan untuk memperbaiki dan dapat memajukan sistem perekonomian negara pasca perang saudara Korea Selatan dengan Korea Utara. Kebijakan *segzehwa* tersebut berfokus pada penciptaan perkembangan elemen budaya dan perfilman yang secara intens sehingga terjadi komodifikasi dan

kapitalisasi pada nilai-nilai produk budaya. Dalam menyukseskan kebijakan *Segyehwa* tersebut Presiden Kim Young-Sam mereformasi tiga hal yakni sektor sosial-politik, ekonomi, dan budaya. Reformasi dalam aspek sosial politik dilakukan dalam tujuan untuk melakukan perubahan sistem pemerintahan menjadi lebih demokrasi dibandingkan dengan dahulu yang pemerintahannya secara militer, dan dalam aspek ekonomi dilakukan reformasi bertujuan supaya Korea Selatan dapat bertahan dalam fenomena globalisasi, dan terakhir yakni reformasi pada aspek kebudayaan yang bertujuan untuk menjaga kelestarian budaya juga sekaligus meningkatkan identitas nasional di lingkup internasional (Yanti, 2015).

Ketiga, pada masa pemerintahan Presiden Lee Myung Bak membuat sebuah kebijakan yakni Global Korea, kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan budaya dan bersamaan dengan meningkatkan citra negara. Dalam rangka menyukseskan kebijakan tersebut selama masa pemerintahan Presiden Lee Myung Bak berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh Korea Selatan supaya dapat memenuhi kapasitas nasional maupun internasional sehingga dapat meningkatkan diplomatik Negara Korea Selatan.

Kebijakan Global Korea tersebut merupakan bentuk dari citra Korea Selatan untuk masuk ke kancah internasional dan juga dapat menjadikan Korea Selatan sebagai sebuah bangsa berbudaya modern. Pemicu dari dicetuskannya kebijakan tersebut bertujuan untuk mengilangkan pandangan-pandangan negatif bahwa Korea Selatan merupakan negara yang miskin dikarenakan perang saudara dengan Korea Utara (Hermanns, 2013).

3.3 Kebijakan Luar Negeri

Dalam menjelaskan poin kebijakan luar negeri tersebut, Joseph Nye menjelaskan poin tersebut melalui studi kasus *soft power* Amerika Serikat yakni menurut Joseph Nye daya tarik yang dimiliki oleh Amerika Serikat sangat bergantung pada nilai-nilai yang kita ekspresikan melalui substansi dan gaya kebijakan luar negeri, demikian kebijakan-kebijakan yang mengekspresikan nilai-nilai penting dapat menjadi lebih jika nilai-nilai tersebut di bagikan (Nye, 2004).

Kebijakan Luar Negeri adalah suatu konsep atau strategi yang dirancang oleh para pembuat keputusan dari suatu negara dalam tujuan dapat bersaing dengan negara lain atau berbagai organisasi dalam lingkup internasional, seperti yang dijelaskan oleh Rosenau bahwa kebijakan luar negeri adalah upaya yang dilakukan oleh sebuah negara melalui keseluruhan sikap dan aktivitasnya yang bertujuan supaya dapat mengatasi dan mendapatkan keuntungan dari lingkungan eksternalnya (Yani, Politik Luar Negeri, 2007).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka daya tarik suatu negara bergantung pada bagaimana nilai tersebut dituang kedalam substansi dan gaya kebijakan politik luar negeri, dan juga menjelaskan bahwa sebuah nilai dapat menjadi sebuah daya tarik ketika menjadi nilai bersama.

3.3.1 Upaya Pemerintahan Korea Selatan dalam Menyebarluaskan

Korean Wave

Dalam Sub bab ini akan membahas apa saja yang dilakukan oleh Korea Selatan yang bertujuan dapat menyebarluaskan *Korean Wave* ke kancah Internasional seperti organisasi yang dapat bertujuan menyebarluaskan *Korean*

wave. Beberapa hal yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menyebarkan *Korean wave* sebagai berikut:

Pertama, pendekatan bilateral, melalui pendekatan menjalin hubungan bilateral dengan negara lain dapat mempermudah Korea Selatan untuk menyebarkan dan memperkuat basis pasar *Korean wave* di negara tersebut. Seperti yang diketahui bahwa Korea Selatan dengan Indonesia memiliki hubungan yang sudah terjalin selama 40-an tahun, hubungan diplomatik antar kedua negara tersebut terbentuk semenjak September 1973 tetapi hubungan tingkat konsulat sudah terjalin mulai pada Agustus 1966. Kedua negara tersebut selalu berusaha dalam meningkatkan hubungan dan kerja sama baik dalam bentuk bilateral, regional, maupun multilateral. Kedua negara menyepakati untuk meningkatkan hubungan dan kerja sama dalam berbagai bidang sehingga menjadikan Korea Selatan salah satu negara yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia karena banyak kerja sama dan perjanjian yang terjalin dengan negara Indonesia (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2022).

Kedua, dalam rangka untuk menyebarkan kebudayaan Korea Selatan pemerintahan Korea Selatan melalui pertukaran pelajar Indonesia dengan Korea Selatan karena melalui pertukaran pelajar tersebut dapat dikatakan juga sebagai pertukaran budaya dua negara.

Pemerintah Korea Selatan memiliki tujuan dalam peningkatan jumlah pelajar atau mahasiswa asing untuk dapat menempuh pendidikan di Korea Selatan supaya dapat meningkatkan jumlah pertukaran pelajar antar negara salah satunya termasuk Indonesia hal tersebut sesuai berdasarkan data bahwa pelajar dan mahasiswa yang berasal dari Korea Selatan yang menempuh pendidikan di

Indonesia sekitar 1.000 orang dan juga sebaliknya pelajar dan mahasiswa yang berasal dari Indonesia yang menempuh pendidikan di Korea Selatan 1.500 orang (Fairuzia, 2020).

Ketiga, Korea Selatan mendirikan sebuah badan atau organisasi yang bernama KOCCA (*Korea Creative Content Agency*), KOCCA merupakan sebuah organisasi yang bergerak dibidang industri kreatif seperti film, drama, musik, *games*. KOCCA berfungsi sebagai wadah inkubator bagi industri kreatif Korea Selatan yang terdiri dari tiga organisasi; Content Korea Lab (wadah bagi warga Korea Selatan dengan ide bagus untuk mewujudkan mimpi mereka atau memulai bisnis, pusat pelatihan penciptaan konten, dan spesifik untuk menginkubasi startup dan/atau industri digital lainnya. *Korea Creative Content Agency* (KOCCA), sebuah badan pemerintah yang mengawasi dan mengkoordinasikan promosi industri konten Korea, dengan mengintegrasikan lima organisasi terkait, termasuk Korean Broadcasting Institute, Korea Culture & Content Agency, dan Agen Game Korea.

KOCCA yang dibangun di Indonesia merupakan yang pertama dibangun oleh Korea Selatan di kawasan Asia Tenggara, hal tersebut menunjukkan keseriusan Korea Selatan mengenai hubungannya Indonesia dan dapat mempererat hubungan kedua negara tersebut karena dengan adanya KOCCA dapat menjadi perantara kedua negara. Dibangunnya KOCCA di Indonesia tidak terlepas dari besarnya pasar *Korean wave* di Indonesia karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki peminat Korea Selatan tertinggi.

Program-program yang dilakukan oleh KOCCA di Indonesia tersebut salah satunya berupa KOCCA melakukan sebuah *event* yang bernama K-Festival yang

diselenggarakan pada bulan Oktober tahun 2019, *event* tersebut tidak hanya melakukan penampilan para *Girlband* dan *Boyband* saja tetapi dalam *event* juga mempertemukan para pelaku industri kreatif seperti 44 perusahaan pembuat konten yang berasal dari Korea Selatan akan ikut serta dalam *event* tersebut, seperti MBC, JTBC, *Iconix* dan *Carriesoft*, *Popjoy* dan *Valove*, *Seoul media comics* dan *Haksan Publishing* (Mawangi, 2019).

Keempat, pemerintah Korea Selatan seringkali melakukan promosi kebudayaan Korea Selatan seperti yang dilakukan oleh KCCI (*Korean Cultural Center indonesia*) yang merupakan sebuah badan atau organisasi milik Korea Selatan dan berada dibawah naungan Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia dan Kementrian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea. KCCI tersebut bertujuan dapat dengan lebih memudahkan untuk melakukan penyebaran budaya Korea Selatan kepada masyarakat Indonesia dengan berbagai pendekatan yang dilakukan. Salah satu program yang dilaksanakan oleh KCCI tersebut adalah “Teko Nang Jawa” yang berarti datang ke jawa yang dilaksanakan mulai dari bulan September 2019 yang diselenggarakan di beberapa daerah pulau jawa seperti Jakarta, Cirebon, Brebes, Solo, dan Surabaya. Di setiap kota yang menjadi pemberhentian diadakan sebuah acara kebudayaan Korea Selatan yang dapat diikuti oleh masyarakat Indonesia (Linggarwati & Wiradianty, 2020)

Program tersebut bertujuan merupakan salah satu program pengenalan budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia dan merupakan program pengenalan budaya pertama yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Asing di Indonesia yang melakukan tur dengan menggunakan bus untuk mengelilingi kota-kota di pula Jawa dan program tersebut dilaksanakan langsung oleh Kedutaan Besar

Korea Selatan, *Korea Cultural Center*, beserta instansi lainnya. (Linggarwati & Wiradianty, 2020).



BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Fenomena *Korean wave* tersebut telah terjadi dan tersebar di lingkup internasional dan kawasan Asia Tenggara merupakan salah satu yang tingkat minat akan *Korean wave* sangat tinggi termasuk Indonesia yang menjadi peminat dari *Korean wave* tersebut. *Korean wave* itu merupakan sebuah fenomena yang dengan sengaja diciptakan oleh Korea Selatan sebagai proses industri dan juga ada ikut serta pemerintah Korea dalam rangka pengembangan dan pembentukan *Korean wave* tersebut seperti yang sudah dijelaskan pada pemaparan sebelumnya yakni tujuan awal dibentuknya *Korean wave* itu sebagai salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk dapat meningkatkan perekonomian setelah masa penjajahan yang terjadi di Korea dan bahkan dengan adanya *Korean wave* tersebut sangat membantu Korea Selatan untuk keluar dari krisis ekonomi yang terjadi di kawasan Asia pada tahun 1997.

Dalam rangka memperkuat posisi Korea Selatan didalam lingkup internasional Korea Selatan menggunakan *Korean wave* sebagai sarana *soft power* yang bertujuan supaya Korea Selatan dapat melakukan kerjasama dengan negara lain tanpa menggunakan kekerasan (*hard power*). Dengan menerapkan *soft power* melalui *Korean wave*, Korea Selatan dapat mendominasi di beberapa negara dalam hal produk kebudayaan termasuk di Indonesia yang diperkenalkan melalui drama,

musik, fashion, film, dan bahkan makanan. *Korean wave* tersebut dapat disebut sebagai bentuk fenomena kapitalisme Asia dengan menggunakan teknologi media sebagai sarana untuk melakukan proses penyebaran produk budayanya, salah satu bentuk dominasi Korea Selatan di Indonesia banyaknya produk dari Indonesia yang menggunakan orang Korea sebagai model untuk menunjang angka pengguna dan pembeli produk tersebut seperti Tokopedia yang menggunakan BTS sebagai salah satu kerjasama dan menjadi salah satu trik marketing dari perusahaan tersebut, contoh lain dari kuatnya dominasi *Korean wave* di Indonesia yakni pada saat ada sebuah kolaborasi antara BTS dengan sebuah *brand fastfood* yakni MCD dan hasil kolaborasi tersebut bernama *BTS meal* yang mana pada saat itu sangat viral di Indonesia dan terjadinya antrian yang sangat panjang dan bahkan berjam-jam hanya untuk dapat membeli makanan yang sebenarnya mirip atau bahkan sama dengan menu lainnya, yang menjadi pembeda dengan menu lainnya hanya terletak pada kemasan makanan tersebut.

Indonesia yang merupakan salah satu negara yang memiliki basis fans Korea yang sangat besar sehingga menyebabkan pada saat ini mewabahnya hal-hal yang berbau Korea Selatan seperti fashion dan restoran, dan bahkan sempat terjadinya sebuah tren di Indonesia di sektor hiburan yakni banyaknya *Girlband* dan *Boyband* yang beranggotakan orang Indonesia dan memiliki konsep yang mirip dengan K-Pop, tentu hal tersebut tercipta karena sadar akan tingginya peminat Korea di Indonesia. Tidak hanya sampai disitu saja dampak dari *Korean wave* terhadap industri kreatif Indonesia karena juga ada beberapa film Indonesia yang merupakan hasil dari *remake* film Korea Selatan yakni salah satunya seperti film yang berjudul BEBAS dan film tersebut merupakan hasil *remake* dari film Korea

yang berjudul *SUNNY*, hal tersebut menunjukkan pola konsumsi masyarakat Indonesia baik hiburan maupun makanan dan pakaian mulai berubah dengan adanya Korea Selatan yang dapat menjadi patokan bagi masyarakat Indonesia.

Pengaruh Korea Selatan di Indonesia juga semakin kuat dengan adanya hubungan keduanya yang cukup erat, bentuk usaha Korea dalam melakukan penyebaran produk budayanya tersebut adalah dengan membangun KOCCA di Indonesia sehingga dengan begitu dapat dengan lebih mudah bagi Korea Selatan untuk melakukan kerjasama dengan Indonesia karena KOCCA tersebut berfokus di bidang industri kreatif yang mana sejalan dengan *Korean wave* dan juga dapat sekaligus menjadi promosi kebudayaan Korea Selatan. Pendirian KOCCA di Indonesia yang merupakan menjadi yang pertama di Asia Tenggara menunjukkan keseriusan Korea Selatan dalam melakukan hubungan dengan Indonesia.

Hubungan yang terjalin antara Indonesia dengan Korea Selatan merupakan sebuah hubungan antar negara yang saling melengkapi satu sama lain karena jika dilihat dari kebutuhan Indonesia yakni modal atau investasi dari luar negeri, Korea Selatan merupakan salah satu negara yang melakukan investasi dalam jumlah yang sangat besar di Indonesia bahkan dari tahun 2019 hingga 2020 terjadi peningkatan investasi yakni pada tahun 2019 Korea Selatan melakukan investasi di Indonesia sebesar Rp17,3 Triliun dan pada tahun 2020 sebesar Rp26,5 Triliun. Peningkatan investasi Korea Selatan di Indonesia tersebut membuktikan bahwa kedua negara memiliki tekad yang sangat tinggi dalam mempererat hubungan dan sikap saling percaya dikarenakan peningkatan investasi tersebut tetap terjadi walaupun di masa pandemi yang mana di masa pandemi tersebut menghambat meningkatnya

pertumbuhan hampir setiap negara di dunia tetapi dalam kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan masih berjalan lancar dan mengalami peningkatan.

Selama periode tahun 2019 hingga 2021 Korea Selatan dengan Indonesia berupaya supaya hubungan keduanya semakin intens dan juga bertujuan supaya dapat lebih diterima oleh masyarakat terutama bagi masyarakat Indonesia, upaya kedua negara tersebut berupa beberapa kerjasama yang terjadi selama periode tersebut salah satunya adalah kerjasama di sektor perdagangan yakni disahkannya IK-CEPA yang dapat menunjang kegiatan ekspor impor antar Korea Selatan dengan Indonesia.

4.2 Rekomendasi

1. Hubungan Indonesia dengan Korea Selatan yang sangat baik dan erat serta juga sudah terjalin dalam waktu yang sangat lama perlu untuk dipertahankan, karena dengan adanya hubungan yang erat tersebut akan memberikan manfaat dan keuntungan bagi Indonesia dan Korea Selatan. Sehingga kedepannya dengan semakin intensnya hubungan Korea Selatan dengan Indonesia juga dapat mempermudah upaya-upaya dalam menegosiasikan kerjasama dalam berbagai bidang yang dapat dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan yang tentu saja dapat memberikan keuntungan bagi kedua negara tersebut.
2. Karena besarnya dampak yang dapat ditimbulkan dari penyebaran *Korean wave* tersebut di Indonesia sehingga pemerintah Indonesia seharusnya menerapkan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan

rasa nasionalisme supaya masyarakat tidak melupakan identitasnya dan tidak melupakan budaya Indonesia itu sendiri. Pemerintah Indonesia juga harus berupaya lebih keras dalam melestarikan, menunjukkan dan mencintai warisan budaya Indonesia. Dalam menerapkan hal tersebut peran pendidikan sangat penting dalam hal memperkenalkan budaya-budaya Indonesia, pelestarian nilai-nilai dan moral bangsa Indonesia.



BAB V

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. (2019). Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar K-pop di Semarang. *Ilmu budaya*, 1-10.
- Anshari, A. (2016, Oktober 1). *Memahami Nilai Politik Indonesia*. Retrieved from Qureta: <https://www.quireta.com/post/memahami-nilai-politik-indonesia-1>
- Anwar, I. C. (2021, Januari 22). *Mengenal Penelitian Kualitatif: Pengertian dan metode analisis*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/mengenal-penelitian-kualitatif-pengertian-dan-metode-analisis-f9vh>
- Bisnis.com. (2021, Desember 08). *Korea Selatan Targetkan 300 Ribu Turis Indonesia Kunjungi Negeranya Tahun Depan*. Retrieved from Bisnis.com: <https://traveling.bisnis.com/read/20211208/361/1475097/korea-selatan-targetkan-300-ribu-turis-indonesia-kunjungi-negeranya-tahun-depan>
- Cahyani, A.-z. F. (2021, Oktober 20). *Diplomasi Soft Power Kore Selatan Melalui Korean Wave dan Pengaruhnya bagi Indonesia*. Retrieved from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/355426903_Diplomasi_Soft_Power_Korea_Selatan_Melalui_Korean_Wave_dan_Pengaruhnya_bagi_Indonesia
- Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional. (2020, Desember 18). *Indonesia-Korea CEPA: Tonggak Baru Hubungan Ekonomi Bilateral Kedua Negara*. Retrieved from Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional: <https://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/berita/detail/indonesiakorea-cepa-tonggak-baru-hubungan-ekonomi-bilateral-kedua-negara>
- Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional. (2021, Desember 8). *IK-CEPA: Langkah Strategis Perkuat Hubungan Bilateral Indonesia-Korea ke tahap yang lebih tinggi*. Retrieved from DIItjenppi: <https://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/berita/detail/ik-cepa-langkah-strategis-perkuat-hubungan-bilateral-indonesia-korea-ke-tahap-yang-lebih-tinggi#:~:text=IK%2DCEPA%20merupakan%20suatu%20bentuk,menjadi%20%E2%80%9Cspecial%20strategic%20partnership%E2>
- Fairuzia, J. (2020, Januari 14). *Angka Pertukaran Pelajar Korea Selatan dan Indonesia terus Meningkat*. Retrieved from Matain.id: <https://www.liputan6.com/global/read/4155460/angka-pertukaran-pelajar-korea-selatan-dan-indonesia-terus-meningkat>
- Fajar, M. Z. (2021, Oktober 6). *Kebangkitan Hallyu: Buah dari Korean Development State Model*. Retrieved from Economica: <https://www.economica.id/2021/10/06/kebangkitan-hallyu-buah-dari-korean-development-state-model/>
- Hermanns, H. (2013). National Role Conceptions in "Global Korea" Foreign Policy Strategy. *The Korean Journal of International studies*, 56-65.
- INDBeasiswa. (2016, Maret 3). *Daftar lengkap Beasiswa kuliah di Korea Selatan yang dapat anda coba*. Retrieved from INDBeasiswa: <https://indbeasiswa.com/2016/03/daftar-lengkap-beasiswa-kuliah-di-korea.html>

- Indriadi, G. (2018, Maret 11). *K-POP: Cara Kreatif Korea Selatan membangun industri kreatif*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/gerry-indradi/k-pop-cara-kreatif-korea-selatan-membangun-industri-kreatif-21dM5TYtsJ>
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. *Sociology*, 3, 196-202. Retrieved from https://www.scirp.org/pdf/aasoci20120300004_59668127.pdf
- Javier, F. (2021, Agustus 5). *Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020 - Juni 2021, terbanyak dari Indonesia*. Retrieved from Tempo.co: <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>
- Javier, F. (2021, Oktober 16). *Ditonton 111 juta pengguna, Squid Game pecahkan rekor sebagai series Netflix terpopuler*. Retrieved from Tempo.co: <https://data.tempo.co/data/1236/ditonton-111-juta-pengguna-squid-game-pecahkan-rekor-sebagai-serial-netflix-terpopuler>
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. (2022, januari 3). *Profil Negara dan Hubungan Bilateral*. Retrieved from Kementerian Luar Negeri: https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu
- Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia. (2021, Januari 3). *Hallyu: Gelombang Korea*. Retrieved from Overseas.mofa: https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do
- Kementerian Perdagangan Indonesia. (2020, Desember 18). *Penandatanganan Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*. Retrieved from Kemendag.
- KOCCA Indonesia. (2019, Oktober 17). *Desainer muda korea selatan unjuk bakat di jakarta fashion week 2020*. Retrieved from Jakarta fashion week: <https://www.jakartafashionweek.co.id/img/pdf/d508deb710eccb6b8270805172fad5be.PDF>
- Kompas. (2012, Januari 15). *"Gelombang Korea" Menerjang Dunia*. (A. Kamil, Ed.) Retrieved from Kompas.com: <https://entertainment.kompas.com/read/2012/01/15/18035888/.Gelombang.Korea.Menerjang.Dunia?page=all>
- Kurniawan, R. (2017, Januari 21). *Inakos*. Retrieved from Buku Pengantar Korea Seri ke-6: https://issuu.com/inakos/docs/buku_6__1__
- Lingarwati, T., & Wiradianty, A. F. (2020, Desember 16). Program "Teko Nang Jawa" sebagai Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Indonesia Tahun 2019. *Journal Peradaban*, 2-3. Retrieved from <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jspp/article/view/628/493>
- Mahza, F. (2021, September 11). *Sederet makanan KOrea yang viral kala pandemi, sudah kamu coba?* Retrieved from Beautynesia: <https://www.beautynesia.id/wellness/sederet-makanan-korea-yang-viral-kala-pandemi-sudah-kamu-coba/b-237513>
- Mawangi, G. T. (2019, September 28). *K Festival 2019 Pertemuan Pelaku Industri Kreatif Indonesia, Korsel*. Retrieved from Antara: <https://www.antarane.ws.com/berita/1086156/k-festival-2019-pertemuan-pelaku-industri-kreatif-indonesia-korsel>

- Muhammad, W. A. (2012). Fenomena Hallyu (Gelombang Korean Pop/ K-POP) dan dampaknya di Indonesia. *Masyarakat dan budaya*, 14, 203-205. Retrieved from <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/147/128>
- Nye, J. S. (2004). *SOFT POWER The Means To Success In World Politics*. New York: PublicAffairs.
- Pratama, M. A. (2021, Oktober 26). *Globalisasi adalah: pengertian, ciri-ciri dan dampak-dampaknya*. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/10/26/183000326/globalisasi-adalah--pengertian-ciri-ciri-dan-dampak-dampaknya?page=all>
- Putri, I. P., Liany, F. D., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3, 68-80. Retrieved from <https://journal.unpad.ac.id/protvf/article/view/20940>
- Rabbi, C. P. (2021, September 20). *Potensi Besar, Ekspor UMKM ke Korsel digenjot dari Salak Sampai Ikan*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/6147f90d23046/potensi-besar-ekspor-umkm-ke-korsel-digenjot-dari-salak-sampai-ikan#:~:text=Produk%20ekspor%20utama%20Indonesia%20ke,produk%20baja%2C%20serta%20peralatan%20laboraturium.>
- Rachmawati, I. (2021). *the soft power of south korea*. Yogyakarta: deepublish.
- Rajendra, R. (2021, Oktober 12). *Hallyu, Gelombang yang tak kunjung surut*. Retrieved from KETIKUNPAD: <https://ketik.unpad.ac.id/posts/3055/hallyu-gelombang-yang-tak-kunjung-surut-3>
- Ratnanggana, P. D., Sushanti, S., & Resen, P. T. (2020). Represntasi Diplomasi Publik Indonesia Melalui Cultural Exchange Sebagai Sarana Kerjasama Budaya Di Korea Selatan. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Udayana*, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/download/81882/42607>.
- S.L, R. (1991). *Diplomasi*. Jakarta Utara: Rajawali Pers.
- Sarajwati, M. K. (2020, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Retrieved from EGSAUGM: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Sendow, B. E., Mamentu, M., & Rengkung, F. (2019). Korean Wave Sebagai instrumen Soft Power siplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. *studi ilmu politik, jurusan ilmu pemerintahan*, 1-3.
- Septyaningsih, I. (2020, Oktober 29). *Republika.co.id*. Retrieved from Indonesia dan Korea Selatan Perkuat Kerjasama Ekonomi: <https://republika.co.id/berita/qix8tc423/indonesia-dan-korea-selatan-perkuat-kerja-sama-ekonomi>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28 (1), 25-44. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.489.921&rep=rep1&type=pdf>
- Universitas Islam Indonesia. (2021, Juni 16). *UII Resmikan Kerja Sama dengan Tongmyong University, Busan, Korea Selatan*. Retrieved from UII.ac.id: <https://www.uii.ac.id/uii-resmikan-kerja-sama-dengan-tongmyong-university-busan-korea->

