

**Analisis Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Mempertahankan
Pengaruhnya Di Tiongkok Melalui *SM Entertainment* Dan *EXO* Di Bawah
Pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) Tahun 2017-2019**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

Tiara Az-zahra Zerta

20323317

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

2024

Analisis Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Mempertahankan Pengaruhnya Di Tiongkok Melalui *SM Entertainment* Dan *EXO* Di Bawah Pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) Tahun 2017-2019

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:

Tiara Az-zahra Zerta

20323317

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Analisis Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Mempertahankan Pengaruhnya Di Tiongkok Melalui *SM Entertainment* Dan *EXO* Di Bawah Pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* Tahun 2017-2019

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional

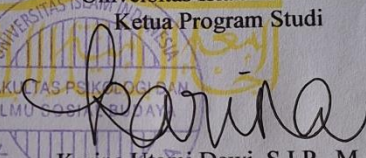
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

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

Pada Tanggal

27 Mei 2024

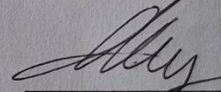
Mengesahkan
Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Ketua Program Studi


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

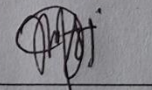
Dewan Penguji

Tanda Tangan

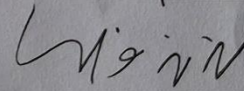
1 Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Si.



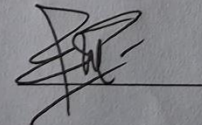
2 Ayu Heryati Naqsabandiyah, S.IP., M.A.



3 Hadza Min Fadhli Robby, S.I.P., M.Sc.



4 Enggar Furi Herdianto, S.I.P., M.A.



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.

Yogyakarta, 5 Mei 2024



Tiara Az-zahra Zerta

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Cakupan penelitian	5
1.5 Tinjauan Pustaka	6
1.6 Kerangka Pemikiran	8
1.7 Argumen Sementara	11
1.8 Metode Penelitian	12
1.8.1 Jenis Penelitian.....	12
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	13
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	13
1.8.4 Proses Penelitian.....	13
1.9 Sistematika Pembahasan	13
BAB II	15
2.1 Hubungan Antara Tiongkok dan Korea Selatan Sebelum Adanya Isu Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)	15
<i>a. Hubungan Ekonomi</i>	15
<i>b. Hubungan Militer</i>	20
2.2 Dampak Pasca Adanya Isu Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) Di Perbatasan Korea Selatan Terhadap Hubungan Antara Tiongkok dan Korea Selatan	23
BAB III	30
3.1. Sources of Soft Power	31
3.1.1 <i>Mempertahankan Idol Kpop Asal Tiongkok Agar Dapat Tetap Mempromosikan Kpop di Tiongkok</i>	31

3.1.2	<i>EXO-CBX (Chen, Baekhyun, dan Xiumin) Mendampingi Presiden Moon Jae-In dalam Acara Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership di Beijing Tahun 2017.....</i>	33
3.1.3	<i>Korea Tourism Organization (KTO) Di bawah Kementerian kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan menunjuk EXO Sebagai Duta Pariwisata Kehormatan Tahun 2018.....</i>	35
3.2.	Referees of Credibility	35
3.2.1	<i>EXO Menjadi Grup Kpop Terbesar di Tiongkok.....</i>	37
3.3	Receivers of Soft Power	41
3.3.1	<i>EXO Merilis Album “Tempo” Dalam Formasi Lengkap dan Kembalinya Program Korea Selatan di Stasiun Televisi Tiongkok</i>	42
3.3.2	<i>EXO-SC Menggelar Fansign Untuk Pertama Kalinya Di Qingdao Huangdao City Media Plaza Setelah 2 Tahun Tidak Dapat Tampil Di Mainland Tiongkok.....</i>	43
BAB IV	46
4.1.	Kesimpulan.....	46
4.2	Rekomendasi.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Soft Power Joseph Nye 2008.....	10
Tabel 2. Kpop Idol Group Tiongkok Fancafe Ranking 2018.....	40
Tabel 3. Kpop Music Chart In Mainland Tiongkok 2019.....	41

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Korea Selatan-Tiongkok Trade Balance Tahun 2010-2019.....	16
Grafik 2. Data wisatawan Mainland Tiongkok ke Korea Selatan.....	28
Grafik 3. Data wisatawan Mainland Tiongkok ke Korea Selatan.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Demonstrasi oleh masyarakat Tiongkok di depan gedung Lotte Mart.....	24
Gambar 2. Demonstrasi menolak adanya THAAD oleh petani asal desa Soseongri.....	25
Gambar 3. Batalnya konser EXO di Nanjing 2016.....	27
Gambar 4. Perilisan album EX'Act dan Singel Dancing King.....	27
Gambar 5. Lay EXO sebagai duta publisitas remaja Changsa.....	31
Gambar 6. EXO Dalam Acara Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership	34
Gambar 7. EXO sebagai Duta Kehormatan Pariwisata Korea Selatan.....	36
Gambar 8. EXO Tempo.....	42
Gambar 9. EXO-SC Fansign Di Qingdao 2019.....	44

DAFTAR SINGKATAN

CYLT	: The Communist Youth League of Tiongkok
FTA	: Free Trade Area
KOMSCO	: Korea Minting and Security Printing Corporation
KTO	: Korea Tourism Organization
KTT	: Konfrensi Tingkat Tinggi
RCEP	: Regional Comprehensive Economic Partnership
THAAD	: Terminal High Altitude Area Defense
TMD	: Theatre Missile Defense
TPP	: Trans Pacific Partnership

ABSTRAK

Penelitian ini akan berfokus pada strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok di bawah pengaruh THAAD melalui *SM Entertainment* dan EXO tahun 2017-2019. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dan juga teori dari Joseph Samuel Nye yaitu diplomasi soft power. Sejak berdirinya *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan mengalami penurunan terutama dalam bidang ekonomi dan budaya. Tiongkok melakukan pemboikotan besar-besaran terhadap berbagai produk asal Korea Selatan. Hal ini kemudian mengubah strategi pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* dan EXO, guna mempertahankan pengaruhnya yang ada di Tiongkok. Maka daripada itu, *SM Entertainment* menggunakan salah satu artisnya yaitu EXO sebagai alat diplomasi dari Korea Selatan untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok.

Kata-kata kunci: Strategi Pemerintah Korea Selatan, *SM Entertainment* dan EXO, Tiongkok, dan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) Milik Amerika Serikat.

ABSTRACT

This study will focus on the South Korean government's strategy of maintaining its influence in Tiongkok under the influence of THAAD through SM Entertainment and EXO in 2017-2019. This study uses qualitative methods and also uses the theory of Joseph Samuel Nye, namely soft power diplomacy. Since the establishment of the Terminal High Altitude Area Defense (THAAD), relations between Tiongkok and South Korea have experienced a decline, especially in the economic and cultural fields. Tiongkok is carrying out a massive boycott of various products from South Korea. This then changed the South Korean government's strategy through SM Entertainment and EXO, to maintain its influence in Tiongkok. Therefore, SM Entertainment uses one of its artists, namely EXO, as a diplomatic tool from South Korea to maintain its Tiongkok influence.

Keywords: *South Korean government's strategy, SM Entertainment and EXO, Tiongkok, and the United States' Terminal High Altitude Area Defense (THAAD).*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korean Wave saat ini menjadi istilah yang sangat populer di kalangan Gen Z. Istilah ini sendiri merujuk pada adanya peningkatan gelombang korea di seluruh dunia sejak tahun 1990 an (Lee 2011). Hal ini membuat perubahan besar dalam strategi diplomasi yang diterapkan oleh Korea Selatan. Saat ini Korea Selatan lebih banyak melakukan upaya diplomasi dan peningkatan ekonominya menggunakan turunan dari soft power yaitu diplomasi publik (Trisni et al. 2018). Salah satu produk dari pengenalan budaya yang sangat populer saat ini adalah kpop, yang mulai berkembang dan memasuki pasar Tiongkok dan Jepang pada tahun 1990 an. Intervensi kpop tidak akan lengkap jika tidak menyebutkan *Star Museum Entertainment* atau *SM Entertainment*, sebagai pencetus dari agensi-agensi besar di Korea Selatan.

Sejak tahun 1990 an *SM Entertainment*, telah menghasilkan beberapa *boyband* dan *girlband* dan dijadikan panutan bagi trainee dari agensi lain. Beberapa artis *SM Entertainment* di antaranya adalah *Kwon Boa* (BoA), *High-five of Teenagers* (H.O.T), *Sea, Eugene, Shoo* (S.E.S), *Tong Vfang Xien Qi* (TVXQ), *Super Junior*, *Girls Generation's* (SNSD), *Shinee*, *Flower & Chromosome X* (F(x)), *EXO*, *Red Velvet*, *New Culture Technology* (NCT), *WeishenV* (WayV), *SuperM*, *Aespa*, dan yang paling baru adalah *RIIZE*. Melihat kesuksesan *SM Entertainment* ini membuat banyak sekali pengusaha yang mulai mencoba peruntungannya di kancah industri musik, di antaranya ada *YG Entertainment*, *JYP Entertainment*, *Cube Entertainment*, *Starship Entertainment*, dan yang termuda adalah *Hybe Entertainment*.

EXO merupakan salah satu grup musik asal Korea Selatan bentukan *SM Entertainment* yang sukses berkat lagunya yang bertajuk *Growl* pada tahun 2013 dan kemudian dijuluki sebagai *the king of kpop*. Target pasar dari *EXO* ini adalah negara-negara di kawasan Asia, salah satunya adalah Tiongkok. Kesuksesan *EXO* membuat beberapa agensi lain mulai berlomba-lomba untuk memasukkan grupnya ke dalam pasar Tiongkok.

Hubungan Amerika Serikat dan Korea Selatan telah terjalin sejak lama. Hubungan ini terjalin akibat adanya pengembangan nuklir milik Korea Utara, yang ditakutkan akan menjadi ancaman besar bagi kestabilan keamanan di kawasan Asia Timur, khususnya di Korea Selatan. Melihat hal ini, Amerika Serikat kemudian menawarkan alat penangkal nuklir miliknya kepada Korea Selatan, dengan tujuan untuk menahan serangan nuklir milik Korea Utara. Pada mulanya Korea Selatan enggan untuk ikut campur dengan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) milik Amerika Serikat. Namun pada tahun 2016, Korea Selatan merubah keputusannya dan menjadi awal mula keretakan hubungan antara Korea Selatan dan Tiongkok (Gusfianda and Indawati 2017).

Di sisi lain, Amerika Serikat melalui *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) memiliki tujuannya sendiri, yaitu untuk menghalau ancaman yang datang dari Korea Utara terhadap pasukan milik Amerika Serikat yang berada di kawasan Asia Pasifik, salah satunya adalah yang berada di Korea Selatan. Namun hubungan Korea Selatan dan Amerika Serikat kemudian dipandang sebagai sebuah ancaman besar bagi negara-negara di kawasan Asia Timur, terutama bagi Tiongkok yang tengah berebut pengaruh dengan Amerika Serikat. Meskipun demikian, pada tahun 2017 pasar Kpop di Tiongkok mengalami hambatan berupa pemboikotan oleh pemerintah Tiongkok. Hal ini disebabkan karena Korea Selatan memulai pemasangan sistem keamanan berupa *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) di area perbatasan milik Korea Selatan. THAAD sendiri merupakan sebuah sistem keamanan milik Amerika Serikat yang bertujuan untuk menghalau serangan nuklir milik Korea Utara. Penggunaan THAAD tersebut ternyata mengundang banyak protes dari kalangan masyarakat Tiongkok, hal ini disebabkan karena radiasi elektromagnetik yang dipancarkan oleh THAAD ini, sekitar 0,2% berada di bawah standar keselamatan (Lee 2023). Sehingga, dengan posisi THAAD yang cenderung mengarah pada Tiongkok ini, ditakutkan akan membahayakan perbatasan Tiongkok, dan semakin memperburuk kestabilan di kawasan Asia Timur (Pradana and Purbatina 2022). Kemarahan Tiongkok atas pemasangan THAAD ini di tunjukkan dengan cara memboikot semua produk asal Korea Selatan, salah satunya adalah Kpop. Pemboikotan ini membuat banyak artis Kpop tidak dapat secara leluasa tampil dan berpromosi kembali di Tiongkok seperti

sebelum adanya THAAD. EXO sebagai grup yang basis pasarnya di Tiongkok pun tidak luput terdampak dari masalah tersebut. Salah satu member EXO yang berasal dari Tiongkok, tidak dapat tampil secara bebas di Korea Selatan, karena statusnya sebagai duta publikasi remaja di Changsa, Tiongkok. Namun ternyata hal ini sama sekali tidak mengurangi kepopuleran EXO di Tiongkok, bahkan mereka masih dapat terus berpromosi di Tiongkok dan menyapu bersih nominasi penghargaan bergengsi di Tiongkok.

Setahun setelah pemasangan THAAD, tepatnya pada tahun 2017 Korea Selatan dan Tiongkok sempat berdamai dengan menggunakan perjanjian *Three No's Policy*. *Three No's Policy* merupakan sebuah perjanjian yang ditawarkan oleh Korea Selatan terkait permasalahan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) kepada Tiongkok. Namun *Three No's Policy* ini bukan merupakan sebuah perjanjian resmi yang disepakati beberapa pihak (Stangarone 2019). Perjanjian ini justru berisi normalisasi hubungan antara kedua belah negara, di mana Tiongkok sebagai pasar terbesar industri Kpop membuat Korea Selatan memutar strategi dengan menyetujui kemauan Tiongkok agar Tiongkok bersedia menggunakan *Three No's Policy*, sekaligus untuk membuka pagar dari pemboikotan ini. Oleh karena itu, Korea Selatan melakukan sebuah strategi yang bernama strategi *linkage* atau menukar kepentingannya yang tidak terlalu penting, dengan keinginan milik Tiongkok (Permatasari 2019). Kemudian, dapat terlihat bahwa penukaran strategi ini terbukti efektif, di mana pada akhirnya pemboikotan ini kembali dibuka, dan Tiongkok-Korea Selatan setuju untuk melakukan upacara peresmian normalisasi hubungan, yang acaranya diselenggarakan di Tiongkok. Presiden Moon Jae-In selaku presiden Korea Selatan turut serta hadir dalam acara ini, dengan didampingi beberapa perwakilan, diantaranya ada EXO-Chen, Baekhyun, dan Xiumin atau EXO-CBX sebagai perwakilan dari industri musik dan Song Hye Kyo sebagai perwakilan dari industri perfilman (Permatasari 2019).

Isu THAAD tidak sepenuhnya berakhir, hal ini disebabkan karena pada kenyataannya perjanjian *Three No's Policy* yang sudah digunakan Korea Selatan Sejak 2017 tidak berdampak signifikan terhadap pengurangan ketegangan yang terjadi antara kedua negara. Di mana hubungan kedua negara kerap kali masih mengalami pasang surut terutama dalam hal kemajuan kebijakan keamanan Korea

Selatan dan kelanjutan hubungan kerja sama antara Korea Selatan dan Tiongkok (John 2022). Walaupun isu THAAD tidak sepenuhnya berakhir, namun *SM Entertainment* berhasil melewati masa sulit ini dengan baik, dan tetap dapat memasarkan produknya ke negeri tirai bambu tersebut. Padahal, jika kita lihat dari sisi perusahaan lain, mereka justru merasa kesulitan untuk memasukkan dan memasarkan produknya ke Tiongkok. Dari penjelasan di atas inilah, penulis akhirnya tertarik untuk mengetahui lebih lanjut strategi seperti apa yang diterapkan oleh pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan kembali pengaruhnya di Tiongkok, terutama jika dilihat dari eksistensi EXO yang tidak menurun di tengah gemparnya isu THAAD di antara kedua negara. Hal ini dapat kita lihat dalam rentan waktu tahun 2017-2019, di mana eksistensi milik EXO di Tiongkok sama sekali tidak menurun, bahkan dampak dari THAAD hanya sebagian kecil yang dirasakan oleh EXO. EXO berhasil menduduki 34,9% chart musik Tiongkok, dengan total 7.3 *billions streaming* di berbagai platform musik Tiongkok, seperti QQ, Baidu musik, Yin Yu tai, Xiami musik, etc. Dari 2012-2019, sebanyak 250 nominasi yang masuk, EXO berhasil membawa pulang 158 piala, hal ini tentu menjadi sebuah pencapaian yang mengagumkan, dan membuktikan bahwa kualitas EXO tidak dapat diragukan kembali. Hal ini lah yang kemudian menjadi sebuah pertanyaan besar, di tengah panasnya kedua negara ini mengapa EXO tetap dapat berpromosi dengan baik di Tiongkok.

Penelitian ini sendiri sebenarnya bukan hal baru, namun penelitian ini memiliki kebaruan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Perbedaan ini terletak dalam strategi penelitian yang digunakan dan juga rentan waktu yang digunakan dalam meneliti hal tersebut. Penulis akan melakukan penelitian menggunakan strategi diplomasi soft power dan dalam rentan waktu tahun 2017-2019. Sebelumnya memang sudah ada penelitian mengenai strategi bisnis *SM Entertainment* di Tiongkok, seperti milik Pradana (2022); Ang Li (2016) dan Amalia (2018). Hal ini tentu berbeda dengan strategi yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini. Dengan strategi diplomasi soft power, penulis akan melakukan analisis strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO tahun 2017-2019 di tengah panasnya isu THAAD di antara kedua negara.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok di bawah pengaruh THAAD melalui *SM Entertainment* dan EXO tahun 2017-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi pemerintah Korea Selatan dalam mengatasi ketegangan dengan Tiongkok melalui diplomasi soft power.
2. Mengetahui bagaimana pop culture Korea Selatan berkontribusi dalam menjaga pengaruh Korea Selatan di Tiongkok.

1.4 Cakupan penelitian

Penelitian ini akan menganalisis kepada strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO di bawah pengaruh THAAD tahun 2017-2019. Sejak tahun 2016, hubungan antara Korea Selatan dan Tiongkok yang sudah terjalin selama 29 tahun harus mengalami kemunduran. Hal ini disebabkan karena Korea Selatan yang menyetujui pemasangan THAAD atau *Terminal High Altitude Area Defense* milik Amerika Serikat di perbatasan Korea Selatan.

Sejak pemasangan THAAD ini, Tiongkok mulai memboikot berbagai produk asal Korea Selatan yang ada di Tiongkok salah satunya adalah Kpop. *SM Entertainment* sebagai agensi yang pasar terbesarnya berada di Tiongkok tidak luput terdampak masalah ini. Untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok, pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* melakukan beberapa strategi, yang kemudian diterapkan kepada EXO selaku alat diplomasi soft power milik *SM Entertainment* yang memiliki mobilitas fans terbesar di Tiongkok. Alasan yang

mendasari penulis memilih rentan waktu 2017-2019 pada penelitian milik penulis adalah isu THAAD memang dimulai sejak tahun 2016, akan tetapi ketegangan justru semakin meningkat pada awal tahun 2017, terutama setelah presiden Xi Jinping memutuskan untuk melakukan pemboikotan besar-besaran terhadap produk-produk asal Korea Selatan terutama dari sektor budaya Kpop. Kemudian mengakibatkan terbatasnya ruang gerak milik member EXO asal Tiongkok Zhang Yi Xing (Lay EXO) untuk beraktivitas bersama member EXO lainnya di Korea Selatan. Berkat adanya THAAD juga, Korea Selatan di bidang pariwisata harus mengalami penurunan wisatawan sebesar 48,3% dan surplus neraca sebesar 52%, pasca adanya pembatalan kerja sama yang dilakukan oleh Tiongkok. Meskipun demikian di tahun 2019 ketegangan antara Korea Selatan dan Tiongkok belum sepenuhnya berakhir, akan tetapi intensitas dari pemboikotan budaya ini sudah jauh lebih rendah dari tahun 2016 ketika isu THAAD baru dimulai. Namun objek penelitian dari penulis yaitu EXO harus menjalani wajib militer di awal tahun 2020, sehingga penulis memutuskan untuk mengakhiri penelitian pada tahun 2019. Hal inilah yang kemudian melandasi penulis untuk menggunakan rentan waktu 2017-2019 dalam penelitian milik penulis.

Kemudian dalam proses penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan landasan pemikiran dari teori *soft power* milik Joseph Samuel Nye (2008), dengan memfokuskan penelitian terhadap strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok di tengah isu THAAD.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai strategi pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* ini sudah banyak dilakukan selama 5 tahun terakhir. Mengenai sumber yang relevan dengan penelitian ini, penulis akan menggunakan jurnal dan artikel ilmiah yang terkait dengan pembahasan. Penelitian mengenai strategi bisnis milik *SM Entertainment* sudah pernah dilakukan oleh Annisa Pratamasari dalam jurnalnya dengan judul "International Business Strategy in Selling Korean Pop Music: A Case Study of *SM Entertainment*". Dalam satu bahasannya Pratamasari

menekankan pada pembahasan mengenai penjualan fisik album yang masih terus dilakukan oleh *SM Entertainment*, hal ini kemudian dijadikan sebagai tolak ukur untuk mendobrak pasar melalui angka pembelian fans (Pratamasari 2017). Jika ditelisik lebih dalam, argumen milik Pratamasari ini cukup menarik dan disusun dengan sangat baik. Namun, dalam penelitiannya Pratamasari tidak membahas mengenai EXO dan THAAD. Di sisi lain, penelitiannya ini tidak mencakup tahun 2017-2019. Sehingga, diharapkan penelitian ini akan menyempurnakan penelitian yang ada sebelumnya.

Penelitian mengenai Idol Kpop asal *SM Entertainment* sebagai objek diplomasi publik juga sudah pernah dilakukan oleh Maharani Putri dan Sofia Trisni. Penelitian ini berjudul "Peran *SM Entertainment* melalui *New Culture Technology* Dalam Diplomasi Publik Korea Selatan". Penelitian ini menekankan pada pembahasan bahwa saat ini dalam hubungan internasional, diplomasi bukan hanya dapat dilakukan oleh pemerintah saja, melainkan dapat juga dilakukan oleh perusahaan swasta. Hal ini dilakukan sebagai wujud dari diplomasi publik oleh sebuah negara (Putri and Trisni 2021). Argumen ini sebenarnya sudah cukup baik, namun sayangnya penelitian ini tidak menggunakan EXO sebagai studi kasus, dan juga tidak membahas mengenai THAAD. Maka dari itu, penelitian ini akan menyempurnakan penelitian sebelumnya, dengan menggunakan EXO sebagai aktor dalam diplomasi publik.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Febe Dian Kencana Prawiraputri dan Andi Meganingratna dengan judul "Peranan *SM Entertainment* Sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia". Penelitian ini menekankan pada aspek seperti kepopuleran idol turut memberikan pengaruh positif sebagai objek perkembangan musik. Di sisi lain juga, aspek seperti ini dapat menjadi sebuah media penunjang diplomasi publik Korea Selatan di kancah global (Prawiraputri and Meganingratna 2021). Namun amat disayangkan, penelitian ini tidak menggunakan EXO sebagai studi kasus. Di sisi lain juga, penelitian ini tidak menggunakan Tiongkok sebagai negara tujuan, melainkan Indonesia. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi penyempurna penelitian sebelumnya, terutama jika dilihat dari pasar Tiongkok.

Penelitian mengenai diplomasi publik yang dilakukan oleh *SM Entertainment* juga dapat ditemukan dalam penelitian milik Iga Permatasari, dengan judul "Hallyu and Multi Track Diplomacy of South Korea By *SM Entertainment*". Dalam pembahasannya, Permatasari menekankan bahasanya pada betapa pentingnya aktor swasta sebagai penunjang diplomasi publik yang menguntungkan bagi pemerintah (Permatasari 2022). Argumen yang disusun oleh Permatasari ini sebenarnya cukup berani, namun sayang tidak menggunakan EXO sebagai topik pembahasan, dan penelitiannya juga tidak mencakup tahun 2017-2019.

Adapun untuk penelitian lainnya terdapat dalam jurnal yang ditulis oleh Prasasti Ramadhina Putri Pradana dan Adiasri Putri Purbantina, yang berjudul "Implementasi Strategi Bisnis *SM Entertainment* Di Pasar Tiongkok Melalui WayV Pada Tahun 2019-2022". Dalam pembahasannya Pradana dan Purbatina menekankan pada Strategi bisnis menggunakan Mix Strategy, sebagai bentuk respon atas adanya konflik THAAD di antara kedua negara (Pradana and Purbatina 2022). Penelitian ini sebenarnya sudah disusun dengan cukup baik, namun tidak menggunakan EXO sebagai studi kasus, dan di sisi lain juga rentan waktunya tidak mencakup 2017-2019.

Berdasarkan beberapa jurnal yang sudah dikumpulkan oleh penulis ini, dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya banyak berfokus pada strategi pemasaran, diplomasi publik, dan pentingnya aktor swasta dalam diplomasi publik. Dengan menggunakan teori soft power, penulis berharap dapat menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang ada pada penelitian sebelumnya.

1.6 Kerangka Pemikiran

Teori soft power merupakan sebuah teori yang digagas oleh Joseph Samuel Nye seorang politisi asal Amerika Serikat pada tahun 2008. Menurut Nye (2008) soft power merupakan sebuah kemampuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan tanpa melakukan sebuah tindakan yang memaksa. Di mana soft power suatu negara menggunakan sumber daya sebagai tumpuan utamanya. Pada proses mobilitasnya, Nye (2008) mengungkapkan bahwa teori soft power menekan pada 3 hal yaitu, *sources*, *referees*, dan *receivers*. Dalam hal ini *sources* nya berupa

kebijakan luar negeri, nilai-nilai, dan budaya. Kemudian *referee* nya adalah lembaga pemerintah, lembaga antar pemerintah, lembaga non pemerintah, media, dan pasar. Lalu yang terakhir yaitu *receiver* nya adalah pemerintah dan masyarakat asing. Nye (2008) juga menyampaikan bahwa 3 unsur ini merupakan sebuah unsur yang saling terikat, namun baru akan tercipta ketika *referees* dan *receivers* memiliki tujuan yang serupa.

Nye (2008) menjelaskan bahwa power dalam teori soft power merujuk pada sebuah kemampuan dari *referees* sebagai pembuat kebijakan dalam mempengaruhi *receivers* demi mendapatkan apa yang diinginkan. Dalam tahap ini, proses mempengaruhi dapat dilakukan oleh seseorang dengan menggunakan tiga tahap. Tahap pertama dengan ancaman, kedua dengan ajakan dan upah, dan yang terakhir dengan menarik simpati sehingga dapat menimbulkan perasaan bagi penerima untuk memiliki hal tersebut.

Pada kenyataannya Nye (2008) berusaha menyampaikan bahwa soft power merupakan sebuah inti dari praktik politik yang sering kita jumpai sehari-hari. Nye (2008) coba menekankan bahwa soft power bukan hanya terbatas pada pengaruh melalui argumen yang coba disampaikan oleh *referees* saja, melainkan dapat dilakukan juga dengan menonjolkan daya tarik dari sebuah *sources*. Dalam hal ini *sources* yang dapat menghasilkan soft power sebagian besar muncul dari nilai-nilai yang coba di tunjukkan oleh *referees* dengan menggunakan kebijakan luar negeri dan budayanya, yang kemudian di tunjukkan dalam proses menjalin hubungan kerja sama dengan *receivers*.

Dari paparan di atas, Nye (2008) mensyaratkan bahwa soft power merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh *referees* dengan menggunakan *sources* nya guna membentuk preferensi dari pihak lain yang dalam hal ini adalah *receivers*. Di mana dalam prakteknya soft power sering kali dikaitkan dengan aset tidak berwujud seperti kepribadian, budaya, nilai-nilai dan institusi, serta kebijakan yang sah dan memiliki sebuah otoritas moral. Sehingga proses pendistribusian dari soft power dapat berjalan dengan baik tanpa perlu menggunakan cara yang memaksa.

Berdasarkan dari konsep soft power yang sudah diuraikan di atas yang sekaligus juga menjadi pisau utama dalam penelitian ini, penulis kemudian

menemukan bahwa tumpuan dari keberhasilan soft power terletak pada yang pertama yaitu sumber (*sources*) sebagai peran utama sebagai objek diplomasi. Kedua melalui *referees* sebagai pembuat kebijakan dan pelaku diplomasi, dengan tujuan untuk menarik simpati dari poin terakhir yaitu penerima soft power (*receivers*).

Ketiga faktor diatas ini lah yang menjadi landasan utama penulis dalam menganalisis strategi milik pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO tahun 2017-2019, di tengah panasnya isu THAAD antara kedua negara. Terutama jika dilihat dari sisi Tiongkok sebagai negara yang tidak cukup mudah menerima budaya lain. Akan tetapi, mengapa di tengah isu THAAD ini, EXO dapat tetap menguasai pengaruh besarnya di Tiongkok. Untuk itu, penelitian ini akan menyelaraskan data-data yang diperoleh oleh penulis dari sumber yang relevan.

Tabel 1 – Soft Power Joseph Nye

Soft Power Sources, Referees, and Receivers		
Sources of Soft Power	Referees for Credibility or Legitimacy	Receivers of Soft Power
Foreign Policies	Governments, media, nongovernment organizations (NGO's), intergovernmental organization (IGO's)	Foreign governments and publics
Domestic values and policies	Media, IGO's, NGO's	Foreign governments and publics
High Culture	Governments, NGO's, IGO's	Foreign governments and publics
Pop culture	Media, markets	Foreign publics

Sumber: Soft Power Joseph Nye (2008)

1.7 Argumen Sementara

Berdasarkan dari konsep soft power yang sudah diuraikan di atas, penulis menemukan bahwa yang membuat bisnis *SM Entertainment* tetap bertahan di Tiongkok adalah berkat perlakuan loyalitas yang coba di tunjukkan oleh pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* dan EXO terhadap pemerintah maupun fans EXO yang berada di Tiongkok. Nye (2008) menyampaikan bahwa soft power menggunakan sumber daya yang menekan pada 3 unsur yaitu *sources*, *referees*, dan *receivers* sebagai tumpuan utama dari berjalannya soft power bagi sebuah negara. Dalam tulisan ini penulis kemudian memfokuskan pembahasan terhadap strategi pemerintah Korea Selatan sebagai *referees* dalam menggunakan *SM Entertainment* dan EXO sebagai *sources* yang coba ditampilkan oleh pemerintah Korea Selatan guna menarik simpati dari masyarakat Tiongkok sebagai *receivers* dalam teori soft power.

Kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Korea Selatan kemudian ditetapkan melalui EXO dan *SM Entertainment* dengan tujuan untuk mempertahankan kembali pengaruhnya Tiongkok yang sempat rusak akibat adanya pemasangan THAAD di area perbatasan Korea Selatan. Keberhasilan dari soft power ini dapat dilihat ketika Tiongkok akhirnya menerima EXO sebagai alat diplomasi dari Korea Selatan, yang kemudian membuat Korea Selatan dapat mempertahankan kembali pengaruhnya di Tiongkok.

Penulis kemudian menganalisis bahwa upaya yang dilakukan *SM Entertainment* menjadikan EXO sebagai aktor dalam bidang budaya terbukti berhasil menarik simpati dari masyarakat Tiongkok. Hal ini dibuktikan, dengan kasus THAAD ini. Di mana meskipun pada tahun 2016 hubungan antar kedua negara sempat memburuk akibat adanya pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) milik Amerika Serikat, EXO tetap menjadi pilar utama *SM Entertainment* untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok. Bahkan, untuk memperkuat pengaruhnya di Tiongkok, Korea Selatan menyetujui permintaan Tiongkok untuk menyepakati perjanjian *Three No's Policy*. Dalam perjanjian ini Korea Selatan setuju untuk tidak menambah THAAD di perbatasan Korea Selatan. Kesepakatan ini juga kemudian membuahkan hasil, dimana kedua negara kembali

berdamai. EXO-CBX dan Song Hye Kyo tampil menjadi perwakilan dari musik dan perfilman Korea, yang datang ke Tiongkok bersama Presiden Moon Jae-In dalam peresmian normalisasi hubungan kedua negara (Permatasari 2019).

Disisi lain, *SM Entertainment* juga secara khusus membentuk agensi di Tiongkok yang akan berfokus pada aktivitas idol selama berada di Tiongkok sebagai bentuk komitmennya kepada pemerintah Tiongkok, yang dimana dalam proses aktivitasnya melibatkan pemerintah Tiongkok dan perusahaan lokal seperti Tencent dan Baidu. *SM Entertainment* juga memanjakan fans EXO dengan merilis kembali album EXO dengan 2 versi yaitu versi Mandarin dan Korea. Faktor lainnya yang menambah kuat *SM Entertainment* adalah berkat adanya member EXO asal Tiongkok yaitu Zhang Yixing (Lay EXO) sebagai jembatan untuk *SM Entertainment* agar dapat beraktivitas kembali di Tiongkok. *SM Entertainment* juga kembali memanjakan fans dengan menjadi agensi pertama yang melakukan fansign dari EXO-SC yang dilaksanakan di wilayah Mailand Tiongkok pasca adanya isu THAAD tahun 2016. Hal ini membuktikan bahwa *SM Entertainment* sangat berkomitmen penuh dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok, melalui EXO.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode yang paling sering digunakan, terutama dalam penelitian Hubungan Internasional. Somantri (2005) menyatakan bahwa, metode kualitatif merupakan penggabungan antara realita dengan pemahaman makna di baliknya, sehingga akan berfokus pada analisis masalah daripada abstraksi. Maka dari itu, metode ini akan menjadi alat untuk menyelesaikan topik yang dibahas oleh penulis, yaitu analisis strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO di bawah pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) tahun 2017-2019.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pemerintah Korea Selatan. Sedangkan objeknya adalah strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO di bawah pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* tahun 2017-2019, dilihat dari perspektif teori soft power.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya pengumpulan data, Penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder sebagai acuan dalam penelitian ini. Data tersebut bersumber dari jurnal, artikel, buku, serta berita online yang terpercaya.

1.8.4 Proses Penelitian

Pada tahap ini, penulis akan mencari sumber data atau informasi yang relevan dengan penelitian yang sedang penulis bahas. Penulis akan menggunakan sumber data yang berasal dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan portal berita yang dapat dipercaya. Setelah menemukan sumber data yang relevan, penulis kemudian mulai menganalisis data yang didapat, hal ini dilakukan agar penulis dapat membandingkan data-data yang ada, sehingga penulis dapat lebih memahami isu yang tengah penulis bahas. Setelah melakukan pencarian data dan menganalisis data yang didapat, penulis kemudian menuliskannya dalam penelitian milik penulis. Dalam proses penulisan penelitian, penulis akan mengacu kepada sumber data yang telah didapatkan kemudian dielaborasi menjadi sebuah pembahasan.

1.9 Sistematika Pembahasan

Secara sistematis, penelitian ini akan dibagi dalam 4 bab, yaitu:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis akan menerangkan secara umum mengenai isu yang akan diangkat, melalui latar belakang, rumusan masalah, cakupan

penelitian, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, kajian pustaka, dan metodologi penelitian.

2. Bab II, pada bab ini penulis akan membahas isu secara umum terkait strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO di bawah pengaruh THAAD pada tahun 2017-2019, seperti hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan sebelum adanya isu *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD), dan yang kedua adalah dampak dari pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) milik Amerika Serikat di perbatasan Korea Selatan, terhadap hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan. Hal inilah yang kemudian menjadi pengantar terhadap aplikasi teori pada bab 3.
3. Bab III merupakan ruang bagi penulis untuk mengaplikasikan teori milik Joseph Nye, mengenai isu yang akan dibahas.
4. Bab IV: Pada bab ini penulis akan menuliskan kesimpulan dari segala pembahasan yang sudah kita lakukan sebelumnya.

BAB II

Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Mempertahankan Pengaruhnya Di Tiongkok Melalui *SM Entertainment* Dan EXO Di Bawah Pengaruh THAAD Pada Tahun 2017-2019

Pada bab I sudah dijelaskan terkait latar belakang sampai dengan sistematika pembahasan, yang kemudian menjadi landasan dalam proses penelitian ini. Untuk melanjutkan penelitian ini, penulis menggunakan bab II sebagai media untuk memberikan pemahaman dasar terkait pembahasan lebih dalam yang akan ada di bab III. Bab ini akan terbagi dalam dua sub-bab. Pertama, penulis akan membahas terkait hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan sebelum adanya isu *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD). Hal ini akan terkait dengan pembahasan mengenai hubungan kerja sama antara Tiongkok dan Korea Selatan secara umum, baik dalam segi ekonomi maupun juga militer. Kedua, penulis akan menjabarkan terkait dampak pasca adanya isu *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) di perbatasan Korea Selatan, terhadap hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan.

2.1. Hubungan Antara Tiongkok dan Korea Selatan Sebelum Adanya Isu Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)

a. Hubungan Ekonomi

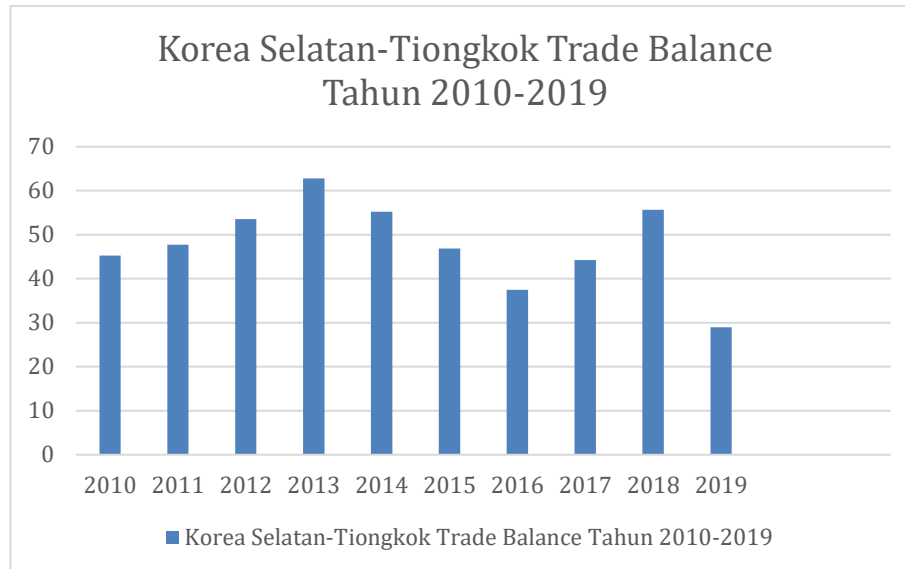
Hubungan bilateral antara Tiongkok dan Korea Selatan sudah terjalin sejak lama, tepatnya pada saat Jepang mengalami kekalahan besar pada perang dunia II pada tahun 1945. Hal ini kemudian menjadi akhir dari perang di Semenanjung Korea sekaligus awal mula dari terjadinya kerja sama antara Tiongkok dan Korea Selatan. Sejak tahun 1992 hubungan antara kedua negara ini terus berkembang, yang pada mulanya hanya terbatas pada kerja sama militer kemudian berkembang hingga ekonomi dan juga budaya. Hubungan militer antar kedua negara ini bertujuan agar dapat menciptakan perdamaian di kawasan Asia Timur. Pada tahun 2003 Tiongkok dan Korea Selatan semakin menunjukkan komitmennya dalam kerja sama di bidang militer, hal ini dapat

dibuktikan dengan bergabungnya kedua negara ini dalam perundingan multilateral yang membahas terkait pembongkaran program nuklir milik Korea Utara, bersama dengan 4 negara lainnya yaitu Jepang, Rusia, Amerika Serikat, dan Korea Utara. Walaupun pada akhirnya di tahun 2009 memutuskan keanggotaan dalam perundingan ini (Liang 2022).

Dalam bidang ekonomi Tiongkok dan Korea Selatan juga sama-sama tergabung dalam *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) sebagai negara mitra dari Asean. *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) merupakan sebuah langkah besar untuk menyatukan negara-negara di kawasan dengan tingkat perekonomian yang besar. Bagi Tiongkok sendiri bergabung dengan RCEP merupakan sebuah langkah untuk melakukan *Counterbalance* bagi kerja sama regional Amerika Serikat dengan Asia Pasifik dalam kerja sama *Trans Pacific Partnership* (TPP) (Pratama, Sosa, and Yulianto 2022).

Pada tahun 2010 pemerintah Tiongkok mulai melakukan upaya perkembangan ekonomi yang berfokus pada peningkatan pasar domestiknya. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa pola perdagangan milik Korea Selatan telah mengalami perubahan yang signifikan. Di mana Korea Selatan yang semula berfokus pada surplus perdagangan unilateral menjadi pola pertukaran yang melibatkan barang. Dengan ini dapat diartikan bahwa masa surplus Korea Selatan yang sudah dialami selama 28 tahun akan segera berakhir. Di mana pada tahun 2015 atau satu tahun sebelum adanya pemasangan THAAD, kontribusi Tiongkok dalam ekspor Korea Selatan meningkat dari 25,2% menjadi 25,6%, sementara kontribusi Tiongkok pada impor Korea Selatan meningkat 17,2% (Park 2022).

Grafik 1 – Korea Selatan-Tiongkok Trade Balance Tahun 2010-2019



Sumber: Data Statista (2023)

Di tahun 2015, komitmen serius semakin di tunjukkan oleh Korea Selatan dengan menjadikan Tiongkok sebagai pasar utama dari Korea Selatan. Hubungan keduanya menjadi jauh lebih erat setelah keduanya menandatangani *Free Trade Agreement (FTA)* pertama yang digunakan untuk memperluas arus investasi dan perdagangan antar kedua negara. Perjanjian ini kemudian menghasilkan bahwa tarif dari 92% produk Tiongkok yang masuk ke Korea Selatan akan dihapuskan selama 20 tahun, terhitung sejak tanggal diresmikan perjanjian tersebut. Begitu pula dengan Tiongkok, Tiongkok akan menghapuskan 91% tarif produk Korea Selatan yang masuk ke dalam pasar Tiongkok dalam kurun waktu 20 tahun, terhitung sejak perjanjian ini diresmikan. Perjanjian ini mencakup pada 17 bidang, termasuk di dalamnya perdagangan barang, jasa, peraturan investasi, perdagangan elektronik, dan pengadaan pemerintah. Perjanjian bilateral ini telah menghasilkan 235,4 Miliar USD, bahkan kementerian perdagangan, industri, dan ROK menyampaikan bahwa perjanjian ini akan meningkatkan PDB sebesar 0,96% dan lapangan kerja baru sebesar 53.800 dalam kurun waktu 10 tahun, terhitung sejak perjanjian ini diresmikan (Kementerian Perdagangan Republik Rakyat China 2015). Hal ini kemudian menunjukkan bahwa hubungan kerja sama ekonomi antara Tiongkok dan Korea Selatan memiliki masa depan yang cerah dan saling menguntungkan satu sama lain.

Kerjasama ekonomi antara Tiongkok dan Korea Selatan juga terjalin dalam bidang retail. Perusahaan *Lotte Mart* masuk ke dalam pasar Tiongkok pada tahun 2004, dengan mendirikan sekitar 112 toko ritel (China Daily 2017). *Lotte Mart* menjadi perusahaan ritel yang berkembang pesat, bahkan pada tahun 2012 Korea Selatan semakin memperkuat pasarnya di sana dengan mendirikan kantor pusat guna mengawasi perkembangan bisnis retail di sana. Pemimpin *Lotte Group* bahkan menyampaikan bahwa target utama yang berusaha dicapai oleh *Lotte Group* adalah menjadi 10 besar dari perusahaan retail di Asia setelah pada tahun sebelumnya memperoleh keuntungan penjualan sebesar \$2,6 Milyar. Oleh karena itu, target berikutnya yaitu dengan meraup keuntungan sebesar 200 triliun Won atau sekitar 157,1 USD di tahun 2018 (Heun 2022). Namun pada tahun 2016 hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan mengalami kemunduran akibat adanya pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) yang kemudian berdampak pada menurunnya eksistensi di pasar Tiongkok. Sehingga, *Lotte Group* perlahan-lahan mulai menutup sebagian besar tokonya di Tiongkok.

Kerjasama ekonomi antara Korea Selatan dan Tiongkok juga berkembang hingga ke industri pariwisata. Dalam bidang pariwisata Tiongkok menjadi salah satu penyumbang turis terbesar di Korea Selatan. *Korea Tourism Organization* (KTO) menuturkan bahwa pada tahun 2016 sebanyak 17,2 juta orang telah menyambangi Korea Selatan (Mustafa 2017). *Jeju Island, Nami Island, Namsan Tower, Myeongdong Market, Gyeongbokgung Palace, Jeonju Hanok Village* menjadi destinasi wisata di Korea Selatan yang paling diminati oleh turis. Korea Selatan mengalami peningkatan PDB sebesar 4,7% atau sekitar 29,3 Miliar USD berkat sektor industri pariwisatanya. Kerjasama antara Korea Selatan dan Tiongkok dalam bidang pariwisata ini sangat menguntungkan Korea Selatan yang kemudian membuat negara ini semakin memperkuat tekadnya untuk terus menjadikan Tiongkok sebagai mitra utama dari negaranya.

Selain yang sudah disebutkan di atas, kerjasama antara Tiongkok dan Korea Selatan juga terjalin di bidang budaya. Secara garis besar kebudayaan yang ada di Asia Timur khususnya di Korea Selatan tentu tidak lepas dari pengaruh kebudayaan yang berasal dari Tiongkok kuno. Kebudayaan ini berasal dari

cendekiawan-cendekiawan yang melarikan diri dari konflik yang terjadi pada abad ke 4 SM tepatnya pada periode negara-negara berperang. Kemudian cendekiawan yang masuk ke Semenanjung Korea mempengaruhi seni, filsafat, arsitektur bangunan, praktik politik, serta agama yang ada pada masa pemerintahan tiga kerajaan yaitu Baekje, Goguryeo, dan Silla. Namun pada abad ke 6 dan ke 7 M ketiga kerajaan ini harus mengalami serangan bertubi-tubi yang datang dari konflik eksternal maupun internal, di mana untuk konflik eksternalnya yaitu serangan yang datang dari Dinasti Tang dan Sui. Ajaran Buddhisme, Konfusianisme, Taoisme, dan penggunaan aksara Hanzi selama berabad-abad menjadi bukti atas besarnya pengaruh Tiongkok kuno bagi kemajuan dari Korea Selatan kuno. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika di masa kini perkembangan budaya Korea Selatan banyak mengadaptasi praktik politik dan kebudayaan dari Tiongkok kuno (Cartwright 2016).

Kerjasama di bidang budaya antara Tiongkok dan Korea Selatan terjadi hingga saat ini, di mana kerjasama yang terjadi menjadi lebih luas yaitu melalui penyebaran budaya Kpop. Perusahaan musik Korea Selatan berbondong-bondong untuk memasukan grup bentukannya ke pasar Tiongkok. Grup yang akan merambah pasar Tiongkok identik dengan penambahan member yang berasal dari Tiongkok dan lagu yang menggunakan bahasa mandarin sebagai bahasa utama. *SM Entertainment* menjadi perusahaan yang konsisten dalam memasarkan grupnya ke pasar Tiongkok sejak tahun 2000-an. *TVXQ*, *Super Junior-M*, *EXO-M*, *F(X)*, dan *Wei Shen V* menjadi bukti keseriusan *SM Entertainment* dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok. Kesuksesan dari EXO di Tiongkok sendiri masih bertahan hingga kini, bahkan fans EXO asal Tiongkok menjadi pembeli merchandise Kpop terbesar. Hal ini lah yang membuat Korea Selatan berusaha untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok di tengah panasnya isu *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD).

Kerjasama yang sudah terjalin sejak lama antara Tiongkok dan Korea Selatan menjadi alasan besar mengapa kebudayaan Korea Selatan dapat diterima dengan mudah oleh Tiongkok. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa pembahasan di atas, di mana Korea Selatan sekali lagi berusaha untuk

menunjukkan komitmen tingginya pada Tiongkok sebagai mitra utamanya, dengan mengupayakan beberapa kerja sama. Terbukti ketika tahun 2016 hubungan antara kedua negara yang harus mengalami penurunan akibat adanya THAAD, namun Korea Selatan melalui perusahaan seperti *SM Entertainment* dapat kembali mengupayakan pengaruhnya di Tiongkok melalui EXO sebagai boyband Tiongkok-Korea yang memiliki popularitas tinggi di Tiongkok. Walaupun demikian, hubungan Tiongkok dan Korea Selatan justru semakin menegang pada tahun berikutnya, sebelum akhirnya di tahun 2018 melakukan perjanjian normalisasi hubungan antara kedua negara.

b. Hubungan Militer

Kerja sama militer antara Korea Selatan dan Tiongkok semakin menunjukkan titik cerah, sejak adanya normalisasi hubungan antara kedua negara pada tahun 1992. Pasca terjadinya hubungan normalisasi ini, hubungan antara keduanya sebenarnya masih mengalami pasang surut, hal ini disebabkan karena hubungan antara Korea Utara dan Tiongkok yang sangat dekat membuat Korea Selatan lebih berhati-hati. Namun pada tahun 1999 hubungan antara Korea Selatan dan Tiongkok menjadi semakin jelas yang disebabkan karena Korea Selatan yang menolak untuk bergabung dengan aliansi *Theatre Missile Defense (TMD)* milik Amerika Serikat bersama dengan Tokyo dan China Taipei. Hal ini kemudian membuat para petinggi Tiongkok meyakini bahwa Korea Selatan akan lebih condong ke sisinya dan melawan aliansi milik Amerika Serikat, serta menjamin keselamatan yang ada di kawasan asia timur.

4 tahun setelah aliansi Tiongkok dan Korea Selatan terjalin hubungan kedua negara ini kembali mengalami ketegangan. Hal ini disebabkan dari hubungan kedua negara di masa silam, tepatnya pada era kerajaan Goguryeo di Korea Selatan. Kedua negara ini memiliki versinya sendiri akan sejarah dari kerajaan tersebut, hingga pada tahun 2000-an tepatnya pada bulan Agustus 2004 Tiongkok mengungkapkan gagasannya untuk membuat sebuah proyek yang disebut dengan proyek timur laut, di mana dalam proyek ini Tiongkok hendak melakukan banyak revisi besar-besaran terhadap sejarah yang ada, salah satunya adalah memasukkan sejarah Goguryeo ke dalam sejarah Tiongkok dan

mengajukan peninggalan kerajaan tersebut sebagai warisan dari negara Tiongkok. Padahal jika hal ini tidak terjadi, sebanyak 64% anggota partai di Korea Selatan menganggap Tiongkok sebagai mitra utamanya, namun pada bulan agustus 2004 angka ini turun menjadi 5,7% saja, hal ini tentu menjadi pukulan besar bagi Tiongkok yang kehilangan 58,3% suara di parlemen Korea Selatan (Lee 2020).

Di sisi lain juga, masyarakat Korea Selatan secara terang-terangan mengecam keras adanya penelitian dari Tiongkok ini, dan menganggapnya sebagai pencurian sejarah. Pada tahun 2006 presiden Korea Selatan Roh Moo Hyun memanggil duta besarnya yang ada di Tiongkok untuk melakukan protes terhadap perdana menteri Tiongkok saat itu. Protes kemudian membuahkan hasil, di mana dalam KTT 2007 Tiongkok berjanji akan menggunakan versi asli dari sejarah Goguryeo dan akan mencegah terjadinya konflik yang sama di masa depan. Hal ini disebabkan karena Tiongkok melihat adanya peluang ancaman yang akan ditimbulkan akibat normalisasi hubungan antara Jepang, Amerika Serikat, dan Korea Selatan yang semakin mesra (Lee 2020).

Sejak awal hubungan militer Korea Selatan memang lebih dekat dengan Amerika Serikat dan Jepang. Hubungan kerja sama antara Amerika Serikat dan Korea Selatan sudah terjalin sejak tahun 1950-an. Hubungan keduanya semakin erat ketika Amerika Serikat mengajukan diri untuk bekerja sama dalam bidang militer dengan Korea Selatan. Pada saat itu Korea Selatan dan Korea Utara masih menjadi satu bagian di bawah bendera Semenanjung Korea, kemudian keduanya mengalami perpecahan dan kedua negara adidaya seperti Amerika Serikat dan Uni Soviet menguasai negara tersebut. Sejak berakhirnya perang Korea dan terjadi gencatan senjata antara Korea Selatan dan Korea Utara, Amerika semakin memperkuat komitmennya untuk membantu secara maksimal menghentikan agresi militer yang dilakukan Korea Utara terhadap Korea Selatan, terutama terkait dengan nuklir. Amerika bahkan membangun markas besar militer milik AS di perbatasan Korea Selatan yang pada saat itu beranggota sekitar 28.500 tentara (CNN World 2010). Walaupun demikian, kerja sama militer antara Korea Selatan dan Amerika pun sempat mengalami pasang surut, namun sejak tahun 2009-2012 hubungan kedua negara ini justru

semakin erat. Dalam rentang waktu 2009-2012, pemerintah Korea Selatan dan Amerika Serikat menandatangani perjanjian *strategic patience* yang bertujuan untuk membatasi ruang gerak dari serangan nuklir milik Korea Utara (Gusfiandi and Indrawati 2017).

Jika ditelisik lebih dalam, hubungan antara keduanya terbatas pada segala sesuatu yang berkaitan dengan Korea Utara. Amerika berusaha untuk menguatkan pengaruhnya di wilayah Asia Timur dengan menjadikan Korea Selatan sebagai pusat dari markas militer milik Amerika di wilayah Asia Timur. Komitmen besar Amerika Serikat semakin di tunjukkan ketika Korea Utara melakukan uji coba nuklir, Amerika dengan cepat memberikan bantuan dan menawarkan untuk memasang alat penangkal nuklir milik Amerika Serikat yang bekerja sama dengan Jepang yaitu, *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) di wilayah Korea Selatan. Hingga pada tahun 2016 di bawah kepemimpinan presiden Korea Selatan Park Geun-Hye melakukan respon besar-besaran terhadap uji coba nuklir tersebut, dengan menyetujui rekomendasi Amerika Serikat untuk melakukan pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) milik Amerika Serikat di perbatasan Korea Selatan, tepatnya di wilayah Seongju, Gyeongsang Utara. THAAD ini merupakan sebuah alat penangkal nuklir yang dapat dengan mudah dipindah dari lokasi satu ke lokasi lainnya. Tujuan dari pemasangan alat ini adalah untuk menjaga kestabilan keamanan yang ada di wilayah Asia Timur (CRS Report 2023). Namun pada kenyataannya pemasangan alat ini justru mendapatkan protes besar dari masyarakat Tiongkok, hal ini disebabkan karena selain puing-puing yang akan merusak lingkungan, radiasi elektromagnetik yang ditimbulkan dari THAAD juga berada di bawah standar keselamatan, sehingga dapat membahayakan keselamatan masyarakat yang berada di sekitar arena THAAD. Selain itu juga Tiongkok menganggap adanya THAAD ini dapat menjadi ancaman militer karena baik pihak Amerika Serikat maupun Korea Selatan dapat memantau kegiatan militer Tiongkok serta semakin memperburuk keseimbangan kekuatan di kawasan Asia Timur. Tiongkok memandang kerja sama antara Amerika Serikat dan Korea Selatan ini sebagai bagian dari salah satu strategi Amerika Serikat dalam mengendalikan militer di kawasan Asia

Timur. Tujuannya adalah untuk mempersempit ruang gerak Tiongkok di kawasan regionalnya, hal ini disebabkan karena sebagian wilayahnya sudah dikuasai oleh Amerika Serikat. Pada akhirnya THAAD menjadi penyebab tertinggi dari semakin terpuruknya hubungan antara Korea Selatan dan Tiongkok sejak adanya normalisasi hubungan kedua negara di tahun 1992.

Adanya THAAD juga kemudian mengundang respon panas dari masyarakat Tiongkok, salah satunya adalah dalam bidang ekonomi. Masyarakat di bawah pengawasan penuh pemerintah Tiongkok kemudian melakukan pembatasan impor dari Korea Selatan, pembatalan turis Tiongkok ke Korea Selatan, serta pembatalan terhadap kegiatan bisnis tertentu. Bahkan Tiongkok dengan tegas menyatakan keprihatinannya terhadap berdirinya sistem THAAD di dalam kawasan, menurut Tiongkok hal ini dapat menjadi sebuah pemicu dari perlombaan senjata di kawasan tersebut.

Walaupun pemasangan alat penangkal nuklir ini mendapat tentangan dari Tiongkok, namun kedua negara ini tetap mempertahankan kerja sama ini dan berjanji tidak akan menambah alatnya di perbatasan. Akan tetapi Amerika Serikat akan terus mengawasi perkembangan nuklir milik Korea Utara, di mana jika kedepannya uji coba nuklir masih terus dilakukan maka penambahan alat nuklir tidak dapat dihindarkan di perbatasan Korea Selatan.

2.2 Dampak Pasca Adanya Isu *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* di Perbatasan Korea Selatan Terhadap Hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan.

Akhir tahun 2016 menjadi awal mula pecahnya hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan. Hal ini dimulai ketika secara bersamaan Amerika Serikat dan Korea Selatan mendeklarasikan kerja samanya terkait pemasangan alat penangkal nuklir di perbatasan Korea Selatan. Pemerintah Tiongkok dengan tegas menolak pemasangan alat tersebut karena dapat membahayakan negaranya, dikarenakan standar keamanan dari alat ini yang jauh dari standar keselamatan (Lee 2023). Seperti yang kita ketahui bahwasanya media dari Tiongkok berada di bawah pengaruh partai komunis Tiongkok, sehingga media dengan cepat dapat memberitakan terkait adanya pemasangan THAAD dan merubah sentiment

masyarakat Tiongkok terkait Korea Selatan. Sebagai bentuk penolakan, masyarakat Tiongkok bahkan melakukan berbagai upaya pemboikotan terhadap produk-produk asal Korea Selatan. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Global Time tahun 2016, sebesar 95% dari 6000 peserta survei menyetujui untuk melakukan pemboikotan terhadap produk-produk asal Korea Selatan (Permatasari 2019). Salah satu produk yang terdampak oleh pemboikotan yang dilakukan oleh Tiongkok adalah *supermarket* asal Korea Selatan yaitu *Lotte Mart* (BBC News 2017). Sejak diumumkannya berita pemboikotan produk asal Korea Selatan *Lotte Mart Group* mulai menjadi target dari penyidikan atas terjadinya banyak kelalaian perusahaan, bahkan *Lotte Mart* diminta untuk membayarkan denda sebesar \$6500 dengan tuduhan melakukan iklan palsu. Oleh sebab itu, banyak dari masyarakat Tiongkok yang melakukan demonstrasi di depan gedung *Lotte Mart Group*.

Lotte Mart sendiri yang sebelumnya memiliki lebih dari 112 ritel di Tiongkok, pada tahun 2017 harus menutup 4 gerainya akibat ketegangan politik yang terjadi antara kedua negara. Di tahun berikutnya jumlah gerai yang dijual oleh *Lotte Group* semakin meningkat. *Lotte Mart Group* bahkan menjual 100% saham dari *Lotte supermarket* kepada *Liqun Grup* dengan total harga sebesar 291,4 milyar won atau setara dengan 50 gerai *Lotte supermarket*. Sebelumnya *Lotte Group* juga telah menjual 21 gerainya yang ada di Beijing kepada *Wu Mei Holdings* dengan harga sebesar 248,5 milyar won (Prahara and Alexander 2018). Penjualan dari gerai-gerai milik *Lotte Group* merupakan buntut panjang dari pemboikotan yang dilakukan kepada produk-produk asal Korea Selatan, sehingga produk-produk yang dijual dalam *Lotte Mart* tidak dapat terjual dengan baik dan mengantarkan perusahaannya mengalami kerugian yang sangat besar di Tiongkok.

Gambar 1 - Demonstrasi oleh masyarakat Tiongkok di depan gedung Lotte Mart



Sumber: China Daily (2018)

Di sisi lain, respon keras terhadap berdirinya THAAD juga turut dilayangkan oleh masyarakat Korea Selatan. Demonstrasi dilakukan oleh masyarakat desa Soseong-ri yang merupakan desa terdekat dengan tempat berdirinya *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD). Hal ini disebabkan karena masyarakat desa Soseong-ri merasa takut jika suatu saat hubungan antara Korea Selatan, Tiongkok, dan Korea Utara menjadi semakin panas, maka desa merekalah yang akan terdampak paling besar dari masalah ini. Selain itu juga, adanya alat nuklir ini mengganggu ketenangan akibat kebisingan yang dihasilkan dari alat-alat THAAD. Sehingga sebanyak 200 penduduk desa Soseong-ri bekerja sama secara bergantian melakukan demonstrasi dan memblokir ruang gerak bagi alat-alat milik tentara Amerika Serikat untuk masuk ke wilayah desa Soseong-ri. Walaupun pada akhirnya usaha yang dilakukan masyarakat desa Soseong-ri tidak membuahkan hasil. Hal ini disebabkan karena ditahun berikutnya apa yang menjadi ketakutan mereka menjadi kenyataan, di mana hubungan antara Beijing, Pyongyang, dan Seoul kembali memanas.

Gambar 2 - Demonstrasi menolak adanya THAAD oleh petani asal desa Soseong-ri



Sumber: The Japan Times (2017)

Setahun setelah pemasangan alat nuklir tersebut, hubungan Tiongkok dan Korea Selatan semakin memanas, pemerintah Tiongkok bukan hanya memboikot produk milik Korea Selatan, melainkan juga melakukan pembatalan beberapa kerja sama seperti melakukan pembatasan terhadap produk-produk impor asal Korea Selatan, terutama yang berkaitan dengan industri hiburan dan kosmetik. Sebelumnya produk-produk kosmetik milik Korea Selatan memiliki tingkat penjualan yang tinggi di Tiongkok, namun setelah terjadi pemboikotan mengalami penurunan secara drastis, bahkan beberapa perusahaan Korea Selatan melaporkan bahwa mereka kesulitan dalam melakukan ekspansi bisnis dan investasi di wilayah Tiongkok. Penurunan ini tentu berpengaruh pada volume dari nilai ekspor Korea Selatan di Tiongkok.

Tidak berhenti disitu, bidang budaya juga menjadi sasaran pemboikotan yang dilakukan Tiongkok akibat adanya pemasangan THAAD ini. Kpop di Tiongkok yang saat itu tengah berada di puncaknya harus mengalami pembatasan besar-besaran, sehingga idol maupun aktor asal Korea Selatan yang tengah beraktivitas di Tiongkok terpaksa harus kembali ke negara asalnya dan meninggalkan Tiongkok. Bukan hanya itu, idol asal Tiongkok yang berkarir di Korea Selatan pun diminta untuk kembali dan beraktivitas di sana guna memperbaiki kualitas industri musik dan perfilman lokal agar menjadi lebih populer di kancah internasional. EXO yang merupakan boygrup Korea-Mandarin juga tidak luput terdampak atas adanya masalah ini. Pemboikotan terhadap Kpop dimulai dengan batalnya konser EXO yang bertajuk “The EXO'rdium” di Nanjing, Tiongkok pada 17 desember 2016 tanpa adanya alasan yang jelas, kemudian disusul dengan adanya berita 40 artis asal Korea Selatan yang diboikot dari Tiongkok (Hyeong 2016). Media untuk menonton acara ragam, video klip, drama Korea dan acara-acara Kpop lainnya juga tidak luput dalam pemboikotan ini. Akibatnya Korea Selatan mengalami surplus neraca pembayaran sebesar 52%, yang sebelumnya \$520 Juta menjadi \$270 juta (Teixeira 2019). Melalui pemboikotan yang dilakukan oleh Tiongkok ini, mereka mencoba untuk menunjukkan betapa besar pengaruh Tiongkok dalam kemajuan Kpop.

Gambar 3 - Batalnya konser EXO di Nanjing (2016)



Sumber: The Jakarta News (2016)

Sebagai member EXO yang berasal dari Tiongkok, Lay (EXO) turut serta terdampak dari adanya isu THAAD tersebut. Di mana Lay (EXO) terakhir berpartisipasi dalam proyek besar bersama EXO yaitu pada tahun 2016 dalam perilisan album ketiga EXO yang bertajuk “*EX’Act*” dengan lagu utama berjudul *Lucky One* dan *Monster* yang diterbitkan pada 9 juni 2016. Lay (EXO) juga berpartisipasi dalam single kolaborasi EXO bersama dengan Yoo Jae-suk yang berjudul “*Dancing King*” pada 17 september 2016. Untuk aktivitas seperti konser, Lay (EXO) juga terakhir kali berpartisipasi dalam konser EXO pada konser EXO yang bertajuk “*The EXO’rdium*” yang diselenggarakan di Jepang, sebelum akhirnya terjadi pembatasan budaya Kpop pasca adanya isu THAAD. Kemudian mengakibatkan Lay (EXO) hanya dapat beraktivitas secara individu di Tiongkok.

Gambar 4 – Perilisan album EX’Act dan single Dancing King EXO



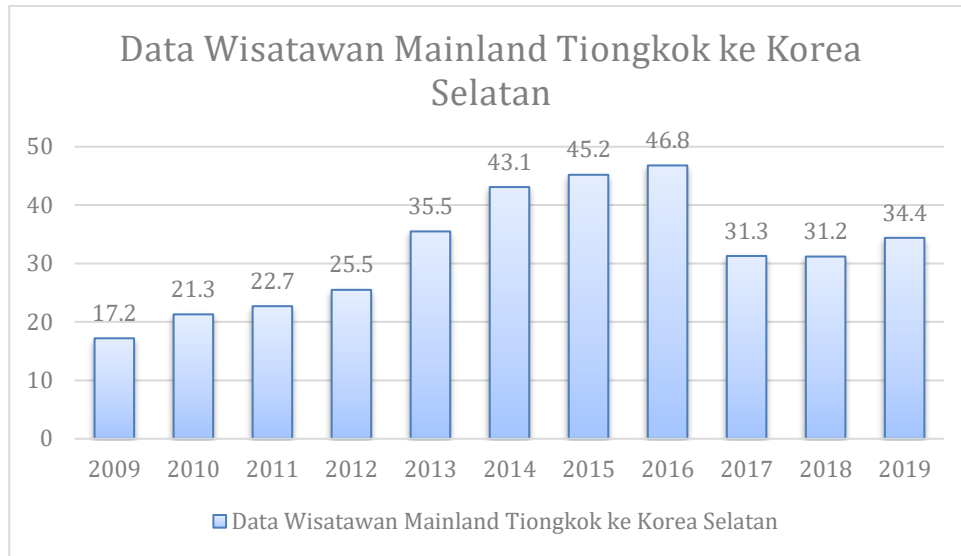
Sumber: SM Entertainment (2016)

Di bidang investasi, Korea Selatan melakukan investasi besar-besaran pada 1.627 proyek Tiongkok di tahun 2017. Ekspor utama termasuk semikonduktor, mesin, dan petrokimia. Sementara impor utama dari Tiongkok

adalah komponen elektronik, mesin, dan tekstil, yang kemudian meningkatkan surplus perdagangan menjadi \$45 miliar. Akan tetapi, berdasarkan laporan *year over year* (YOY) Korea Selatan mengalami kerugian sebesar 19,4%. Walaupun demikian, Korea Selatan juga tetap mengalami peningkatan sebesar 10,9% dari perdagangan bilateral (Ministry Of Commerce People's Republic Of China 2018). Berdasarkan data di atas, pemboikotan oleh Tiongkok ini dilakukan secara hati-hati. Di mana Tiongkok hanya berfokus pada pemboikotan budaya, retail, dan pariwisata dan tidak melakukan pemboikotan terhadap sektor yang menguntungkan bagi Tiongkok seperti alat semikonduktor. Sehingga meskipun adanya isu THAAD, ekspor Korea Selatan ke Tiongkok secara keseluruhan tetap kuat, terutama di sektor-sektor penting seperti semikonduktor, yang sama sekali tidak terdampak secara langsung sanksi yang dilakukan oleh Tiongkok. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada ketegangan politik, interdependensi ekonomi yang mendalam antara kedua negara terus berlanjut (Lim 2019).

Selain dalam sektor perdagangan, Tiongkok juga dengan tegas melakukan pembatasan terhadap masyarakat Tiongkok yang akan berkunjung ke Korea Selatan, sehingga semakin menambah keputusasaan Korea Selatan. Padahal jika kita lihat ke belakang sebelum adanya THAAD wisatawan Tiongkok merupakan penyokong utama industri pariwisata milik Korea Selatan. Dalam data milik *Korea Tourism Organization* (KTO), pada tahun 2016 Tiongkok menduduki posisi pertama sebagai wisatawan terbesar di Korea Selatan sebesar 8,067 juta wisatawan, disusul dengan Jepang 2,29 juta dan Amerika Serikat 866 ribu wisatawan di posisi kedua dan ketiga (Mustafa 2017). Penurunan jumlah wisatawan Tiongkok ke Korea Selatan sebesar 48,3% di tahun 2017 akibat adanya pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) menjadi salah satu hukuman terberat bagi Korea Selatan yang diberikan oleh Tiongkok selama hubungan kerja sama kedua negara berlangsung.

Grafik 2 - Data wisatawan Mainland Tiongkok ke Korea Selatan



Sumber: Data Statista (2024)

Pemboikotan yang dilakukan oleh Tiongkok menjadi pukulan telak bagi hubungan antara kedua negara. Dengan berbagai pemboikotan yang telah dilakukan oleh Tiongkok membuat Korea Selatan mengalami banyak kerugian besar dalam sektor ekonominya, sehingga Korea Selatan kemudian berusaha untuk mengembalikan kepercayaan milik Tiongkok agar dapat mendapatkan kembali pengaruhnya di sana. Pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* selaku perusahaan dalam industri musik Korea Selatan terbesar menggunakan EXO untuk mengupayakan kembali pengaruhnya di Tiongkok. Meskipun, saat ini sudah banyak perusahaan yang berusaha untuk merebut pengaruh diluar Tiongkok, akan tetapi *SM Entertainment* masih mencoba peruntungannya kembali di bawah pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)*.

BAB III

Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Mempertahan Pengaruhnya Di Tiongkok Melalui *SM Entertainment* dan EXO Di Bawah Pengaruh *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* Ditinjau Dari Perspektif Soft Power

Pada bab II penulis sudah menjelaskan secara umum terkait hubungan antara Tiongkok dan Korea Selatan, baik dari sisi bidang ekonomi maupun bidang militer. Penulis juga sudah menuliskan pada bagian tersebut mengenai hubungan Korea Selatan-Amerika Serikat dan Tiongkok-Korea Utara menjadi alasan atas pasang surutnya hubungan antara Korea Selatan dan Tiongkok. Oleh sebab itu, penulis hendak melanjutkan penelitian ini, di mana dalam bab III ini penulis akan menjabarkan terkait strategi yang digunakan pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO di bawah isu THAAD milik Amerika Serikat. Dalam prosesnya penulis akan menggunakan teori soft power milik Joseph Samuel Nye, sebagai pisau untuk menganalisis bab ini.

Teori soft power merupakan sebuah teori yang mengutamakan kemampuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan tanpa melakukan sebuah tindakan yang memaksa. Di mana soft power suatu negara menggunakan sumber daya sebagai tumpuan utamanya. Pada proses mobilitasnya, Nye (2008) mengungkapkan bahwa teori soft power menekan pada 3 hal yaitu, *sources*, *referees*, dan *receivers*. Dalam hal ini *sources* nya berupa kebijakan luar negeri, nilai-nilai, dan budaya. Kemudian *referee* nya adalah lembaga pemerintah, lembaga antar pemerintah, lembaga non pemerintah, media, dan pasar. Lalu yang terakhir yaitu *receiver* nya adalah pemerintah dan masyarakat asing. Dalam hal ini penulis akan menggunakan ketiga unsur tersebut, seperti pemerintah Korea Selatan yang bertindak sebagai *referees*, Tiongkok sebagai *receivers*, serta *SM Entertainment* dan EXO selaku *sources* dari pemerintah Korea Selatan. Faktor-faktor ini tidak dapat bekerja dengan baik ketika salah satu komponennya hilang. Oleh karena itu, melalui ketiga unsur utama inilah penulis akan menganalisis strategi milik pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok.

3.1. Sources of Soft Power

3.1.1 Mempertahankan Idol Kpop Asal Tiongkok Agar Dapat Tetap Mempromosikan Kpop di Tiongkok

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, EXO merupakan boygroup Korea-Mandarin, di mana salah satu anggotanya adalah seorang asal Tiongkok bernama Zhang Yi Xing (Lay EXO). Lay merupakan member EXO yang aktif berpromosi dengan EXO di Korea Selatan sejak tahun 2012 sebagai anggota EXO-M. Namun setelah pemasangan THAAD dan terjadinya pemboikotan Kpop oleh Tiongkok Lay tidak dapat kembali berpromosi secara aktif di Korea Selatan. Selain disebabkan karena pemboikotan yang tengah berlangsung, hal ini juga disebabkan karena pada 16 Juli 2016 Lay ditunjuk sebagai duta publisitas remaja Changsha oleh *The Communist Youth League of Tiongkok* (CYLT), sehingga setiap langkahnya tentu akan diawasi oleh *Hunan Committee* (Jie and Bianji 2016).

Gambar 5 - Lay EXO Sebagai Duta Publisitas Remaja Changsha



Sumber: Hunan Daily (2016)

Upaya pertama yang dilakukan oleh *SM Entertainment* untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui Lay EXO adalah dengan membentuk sebuah agensi khusus di Tiongkok yang akan berfokus pada kegiatan individu milik Zhang Yi Xing (Lay EXO). Tujuan utamanya adalah menjadikan Lay sebagai jembatan agar EXO dapat terus berpromosi di Tiongkok, meskipun tidak dapat secara langsung tampil di panggung musik Tiongkok. Upaya ini semakin diperkuat dengan terjalannya kerja sama antara Lay EXO dengan *Tencent Music Entertainment Group*, yang kemudian Lay EXO akan tergabung dalam divisi "*Music&Plan*" dari *Tencent Music Entertainment Group* tersebut. Tujuan dari bergabungnya Lay EXO

dengan *Tencent Music Entertainment Group* adalah untuk membantu Lay EXO dalam proses publisitas, promosi, dan perlindungan hak sebagai seniman di Tiongkok (Ruo 2017). Upaya yang sudah dilakukan oleh *SM Entertainment* dengan membentuk agensi khusus di Tiongkok bernama "*Zhang Yi Xing Studio*" ini kemudian membuahkan hasil, di mana Lay Zhang atau Lay EXO ini menjadi salah satu artis terkaya dengan *followers weibo* yang mencapai angka 47 juta pengikut (saat ini 50,5 juta). Bahkan penjualan *single* debut solo mandarin milik Lay EXO bertajuk *Lose Control* terjual 1,197 juta eksemplar (Teixeira 2019). Hal ini kemudian menunjukkan bahwa fans Kpop yang ada di Tiongkok masih sangatlah besar dan mendominasi posisi dari fans internasional EXO lainnya. Ketenaran Lay EXO menjadi sebuah keuntungan yang sangat besar bagi *SM Entertainment* dan Korea Selatan sebagai pihak yang membantu untuk menjadikan Lay Zhang sebagai seorang artis. Bahkan tidak sedikit yang menyampaikan jika *SM Entertainment* kehilangan seorang seperti Zhang Yi Xing (Lay EXO), maka akhir dari pasar *SM Entertainment* di pasar Tiongkok sudah dapat dipastikan.

Jika dilihat dari teori soft power milik Nye (2008) analisis yang dapat penulis berikan adalah pemerintah Korea Selatan dalam hal ini tidak melakukan pergerakan secara langsung, melainkan melalui *SM Entertainment* selaku sumber daya diplomasinya. Terbatasnya ruang gerak *SM Entertainment* dalam menembus pasar Tiongkok pasca adanya pelarangan budaya Korea di Tiongkok membuat *SM Entertainment* memutar strateginya dengan menggunakan Lay EXO sebagai jembatan dari masuknya kembali *SM Entertainment* ke dalam pasar Tiongkok. *SM Entertainment* berusaha untuk membangun kembali kepercayaan fans EXO di Tiongkok dengan memberikan studio khusus kepada Lay EXO agar dapat beraktivitas secara bebas di Tiongkok. Lay EXO menjadi alat dari pemerintah Korea Selatan dan *SM Entertainment* dengan pengaruh paling besar di Tiongkok, nama besarnya bahkan menjadikannya idol, produser, dan aktor Tiongkok paling sukses menurut Forbes (Herman 2017). Strategi yang dilakukan *SM Entertainment* ini kemudian membuahkan hasil besar, terbukti hingga kini EXO menjadi satu-satunya grup kpop yang dapat diterima dengan baik di Tiongkok. Nama besar BTS pun hingga kini pengaruhnya belum cukup kuat untuk menembus pasar Tiongkok dan memilih untuk merebut pasar di Amerika dan Eropa (CNN Indonesia 2019).

Sub-unit Tiongkok dari NCT, WayV yang merupakan rekan satu agensi dari EXO pun hingga kini masih belum cukup kuat untuk merebut pengaruh besar EXO dan Lay EXO di pasarnya sendiri Tiongkok. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari Lay Zhang sebagai jembatan dari pemerintah Korea Selatan dalam menembus pasar Tiongkok kembali sangatlah besar, mengingat betapa ketatnya pemerintah Tiongkok terhadap apa yang masuk ke negaranya.

3.1.2 EXO-CBX (Chen, Baekhyun, dan Xiumin) Mendampingi Presiden Moon Jae-In dalam Acara Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership di Beijing Tahun 2017

Penghujung tahun 2017 cukup menjadi angin segar bagi Korea Selatan, pasalnya dalam acara *Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership* ini bukan hanya membahas soal kerja sama ekonomi saja, melainkan juga membicarakan kembali seputar perjanjian normalisasi hubungan antara Beijing dan Seoul. Saat itu presiden Korea Selatan Moon Jae-In datang ke Beijing dengan didampingi oleh EXO-CBX dan aktris Song Hye-Kyo. Tujuannya adalah untuk merakit kembali hubungan kerja sama ekonomi yang sebelumnya rusak akibat adanya pemasangan *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* milik Amerika Serikat di perbatasan Korea Selatan 1 tahun yang lalu. Penampilan EXO-CBX menjadi pembuka dari pertemuan tahunan antar kedua negara tersebut. Di mana Baekhyun EXO kemudian memberikan sambutannya yaitu: *“Saya ingin menyampaikan bahwa saya merasa sangat terhormat bisa menghadiri acara terhormat ini. Saya sangat berharap semua orang melakukan yang terbaik”* yang kemudian disusul oleh Chen dan Xiumin EXO yang melakukan pemukulan gong (The Blue House KR 2017). Dengan membawa EXO-CBX dalam pertemuan ini, menunjukkan bahwa strategi besar dari presiden Moon Jae-In adalah semakin memperluas ruang gerak Korea Selatan yang sebelumnya sudah dibuka oleh Lay EXO dalam mempertahankan kembali pengaruhnya di Tiongkok. Dalam kunjungannya kali ini presiden Moon Jae-In selaku presiden Korea Selatan mengangkat isu seputar *“A Nation of the People, A Just Republic of Korea”*. Isi dari isu yang diangkat oleh presiden Moon Jae-In ini merupakan sebuah komitmen besar yang berusaha

disampaikan oleh Presiden Moon Jae-In seputar budaya Korea. Perlu di garis bawah di sini, dari 20 strategi dan 100 tugas pemerintah yang berusaha diangkat oleh presiden Moon Jae-In, isu yang paling utama adalah seputar “*A Nation Taking Responsibility for Each Individual In strategy 5: Regarding Building a Country Where Liberty, Creativity, and Culture Thrive*” atau secara sederhana dapat diartikan sebagai kebebasan bagi masyarakat Tiongkok ataupun Korea Selatan untuk berkarya dan menikmati karya di manapun dan kapanpun tanpa adanya larangan yang mengikat (Permatasari 2019).

Gambar 6 - EXO Dalam Acara Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership



Sumber: The Korea Herald

Melalui pertemuan *Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership*, Korea Selatan dan Tiongkok akhirnya bersepakat untuk melakukan perdamaian menggunakan perjanjian *Three No's Policy*. *Three No's Policy* merupakan sebuah kebijakan yang dirumuskan oleh Tiongkok berkaitan dengan isu-isu hubungan luar negerinya. Di mana dalam acara *Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership* ini Presiden Moon Jae-In mencoba untuk menegosiasikan perjanjian tersebut kepada presiden Xi Jinping terkait penyelesaian permasalahan *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* tahun 2016. Namun perlu diperhatikan bahwa *Three No's Policy* ini bukan merupakan sebuah perjanjian resmi yang disepakati oleh beberapa pihak, melainkan sebuah strategi menukar kepentingan milik Korea Selatan dengan keinginan milik Tiongkok, atau bisa disebut juga dengan strategi *linkage* (Stangarone 2019). Di mana *Three No's Policy* ini berisi:

1. Korea Selatan setuju untuk tidak menambah kembali *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* di area perbatasannya.

2. Korea Selatan setuju untuk tidak terlibat dalam sistem pertahanan rudal milik Amerika Serikat.
3. Korea Selatan juga setuju untuk tidak berpartisipasi dalam aliansi yang dibangun oleh Amerika Serikat dan Jepang

Upaya Korea Selatan ini kemudian membuahkan hasil, di mana pada akhirnya presiden Xi Jinping setuju bersyarat dengan penawaran yang diberikan oleh presiden Moon Jae-In. Presiden Xi Jinping menekankan bahwa Tiongkok akan setuju jika Korea Selatan menghormati dan menepati isi dari perjanjian tersebut.

3.1.3 Korea Tourism Organization (KTO) Di bawah Kementerian kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan menunjuk EXO Sebagai Duta Pariwisata Kehormatan Tahun 2018

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang menjadi destinasi paling diminati oleh berbagai wisatawan mancanegara, terutama dari kawasan Asia. Sebelum terjadinya pembatasan budaya Korea Selatan akibat isu *Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)* pada akhir tahun 2016, Tiongkok menjadi salah satu penyumbang wisatawan terbesar di Korea Selatan. Namun pasca adanya permasalahan THAAD ini, wisatawan asal Tiongkok menurun dari tahun-tahun sebelumnya, sehingga pemerintah Korea Selatan mengupayakan berbagai upaya guna menarik kembali wisatawan dari Tiongkok. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan adalah dengan menunjuk EXO sebagai duta kehormatan pariwisata Korea Selatan pada tahun 2018. *Korea Tourism Organization (KTO)* melakukan kampanye promosi Korea Selatan melalui EXO dengan mengangkat tema seputar sejarah & tradisi Korea Selatan, kehidupan di Korea Selatan, dan pemulihan gelombang budaya Korea Selatan. Di mana seperti yang sudah dibahas oleh penulis di atas, perkembangan budaya Korea Selatan banyak mengadaptasi praktik politik dan kebudayaan dari Tiongkok kuno, sehingga dengan adanya promosi yang dilakukan oleh EXO sebagai duta pariwisata kehormatan Korea Selatan ini, dapat menarik kembali wisatawan asal Tiongkok. KTO menyampaikan bahwa video promosi akan tayang di televisi, *facebook*, dan media pemasaran lainnya. Penunjukan yang dilakukan oleh *Korea Tourism Organization (KTO)* di bawah Kementerian

kebudayaan, olahraga, dan pariwisata ini menghantarkan EXO sebagai pemenang penghargaan “*Star Of Korea Tourism 2019*” dalam acara “*2019 Star Awards For Korean Tourism*” yang diselenggarakan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) pada 10 Desember 2019 di Hotel Shilla. Penghargaan yang diperoleh oleh EXO sebagai bentuk dari kontribusinya pada pengembangan pariwisata Korea di tahun 2018-2019 (Kumparan 2019).

Gambar 7 - EXO sebagai Duta Kehormatan Pariwisata Korea Selatan



Sumber: Korea Tourism Organization (KTO) & Korea Star Daily (2018)

Penunjukan EXO sebagai duta kehormatan pariwisata Korea Selatan mendapat respon yang sangat baik dari fans EXO di berbagai belahan dunia. Bahkan, pasca melonggarnya larangan budaya Korea Selatan di Tiongkok tahun 2019, wisatawan asal Mainland Tiongkok ke Korea Selatan meningkat pesat sebesar 3,2% menjadi 34,4% dari tahun sebelumnya yang hanya 31,2%. Beberapa EXO-L (fanclub EXO) menyatakan bahwa mereka ingin segera datang ke Korea Selatan, terutama setelah melihat EXO yang ditunjuk sebagai duta kehormatan pariwisata. *Korea Tourism Organization* (KTO) juga menyatakan harapan besarnya, dengan adanya EXO bersama dengan Kementerian Pariwisata dapat menjadi bintang bagi Kementerian pariwisata dan mengundang semakin banyak wisatawan yang datang ke Korea Selatan, terutama fans EXO yang mendominasi pasar Asia seperti Tiongkok, Jepang, dan Asia Tenggara (Korea Star Daily 2018).

Grafik 3 - Data wisatawan Mainland Tiongkok ke Korea Selatan



Sumber: Data Statista (2024)

3.2. Referee of Credibility

3.2.1 EXO Menjadi Idol Kpop Terbesar di Tiongkok

Sebelum masuki pembahasan utama, penulis akan sedikit membahas seputar perjalanan *SM Entertainment* dalam memasuki pasar Tiongkok. Hubungan antara *SM Entertainment* dengan perusahaan Tiongkok bermula pada tahun 2004, terutama setelah *SM Entertainment* mengalami kesuksesan besar di Jepang berkat kerja samanya dengan perusahaan lokal Jepang seperti *AVEX* dan *Kurita Hideichi* dalam membangun *SM Entertainment* Jepang untuk mempermudah proses ekspor musik dan *merchandise* Kpop di Jepang. Kerja sama antara *SM Entertainment* dan *AVEX* kemudian mengalami kesuksesan besar, sehingga dapat menghantarkan *SM Entertainment* sukses menjadi agensi yang menguasai pasar Jepang.

Kesuksesannya di Jepang membuat *SM Entertainment* dan *AVEX* mencoba untuk menguasai juga pasar Tiongkok dengan mengajak perusahaan lokal seperti *Chengtian* sebagai perusahaan yang akan berfokus pada membangun platform hiburan bagi Kpop idol di Tiongkok. Salah satu yang paling menonjol dari *SM Entertainment Tiongkok* adalah dengan memproduksi lagu Kpop dalam bahasa mandarin. Di tahun 2014 *SM Entertainment* juga kembali menjalin kerja sama dengan salah satu perusahaan raksasa Tiongkok yaitu *Tencent Music* dan *Baidu*, kerja sama ini bergerak dalam bidang *streaming music*, sehingga *SM Entertainment* dapat semakin memperkuat posisinya di Tiongkok sebagai perusahaan hiburan Korea Selatan yang menguasai pasar Tiongkok (Saraswati, Abdillah, and

Damayanti 2023). Bahkan perusahaan teknologi global seperti *Alibaba* juga memiliki saham sebesar 3,71% dalam perusahaan *SM Entertainment* (Valley 2021). Oleh sebab itu, ketika Tiongkok dan Korea Selatan mengalami perseteruan akibat adanya isu mengenai *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) tahun 2016, *SM Entertainment* tetap berhasil memasarkan produknya di Tiongkok. Hal ini tentu tidak lepas dari adanya kerja sama dengan perusahaan lokal yang sudah terjalin sejak lama, sehingga memungkinkan untuk tetap memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

EXO merupakan boyband asal Korea Selatan bentukan *SM Entertainment* tahun 2012. Sejak awal EXO memang sudah ditargetkan oleh *SM Entertainment* untuk menguasai pasar Asia, terutama Tiongkok. Komitmen *SM Entertainment* dalam memasarkan EXO di Asia sudah di tunjukan *SM Entertainment* sejak awal, di mana *SM Entertainment* kemudian membagi EXO menjadi 2 team yaitu *EXO-K* (*Korea*) yang akan berfokus pada pasar Korea Selatan dan *EXO-M* (*Mandarin*) yang akan berfokus di pasar Mainland Tiongkok. Pembagian ini kemudian membuahkan hasil, di mana pada akhir tahun 2012 EXO-M dan EXO-K memperoleh penghargaan tertinggi sebagai *The Most Popular Group Of The Year In Tiongkok* dalam ajang award yang diadakan oleh *Mengnui Annual Billboard Music Festival* di Beijing pada 18 september 2012, di saat umur EXO masih 5 bulan sejak debut dengan lagu MAMA pada 12 april lalu. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa musik yang dibawakan oleh EXO-K dan EXO-M merupakan musik yang mudah diterima oleh masyarakat Tiongkok, terutama EXO-M yang merilis lagu EXO dalam versi mandarin, membuat lagu EXO semakin mudah diterima oleh masyarakat Tiongkok yang diperkirakan mulai dari usia awal belasan hingga akhir 20-an (Soompi 2012). Kesuksesan EXO di Tiongkok dan Korea Selatan kemudian mengantarkan EXO mendominasi industri Kpop di Asia.

Sebagai grup Kpop yang aktif di Tiongkok, baik secara grup maupun individu, EXO bergabung dengan platform media sosial khusus Tiongkok yaitu *weibo*. Hal ini bertujuan agar dapat mempermudah interaksi antara artis dan fans yang berada di Tiongkok. EXO menjadi grup dengan jumlah pengikut *weibo* yang cukup banyak yaitu sebanyak 3,6 juta. Anggota EXO juga menjadi member grup kpop dengan pengikut terbanyak di *weibo*, di mana Lay EXO menduduki posisi

pertama dengan 47 juta pengikut, dilanjutkan dengan Oh Sehun EXO di posisi kedua dengan 10,9 juta pengikut, dan Park Chanyeol di posisi ketiga dengan jumlah pengikut sebanyak 5,7 juta.

Akan tetapi kesuksesan EXO di Tiongkok dan Korea Selatan juga sempat mengalami kendala akibat adanya permasalahan internal antara member EXO-M asal Tiongkok yaitu Wu Yifan (Kris EXO), Xi Luhan (Luhan EXO), dan Huang Zitao (Tao) pada akhir tahun 2014 dan pertengahan tahun 2015, yang mengakibatkan 3 dari 6 member EXO-M memutuskan untuk meninggalkan EXO akibat adanya masalah pribadi dengan *SM Entertainment*. Namun hal ini tidak menghalangi langkah member EXO untuk tetap berkarir di industri musik terutama di pasar Tiongkok. EXO yang sebelumnya dibagi menjadi 2 team EXO-K dan EXO-M kemudian memutuskan untuk menjadi satu dengan nama EXO.

Setelah pada tahun 2014-2015 mengalami masa sulit akibat kehilangan 3 memebnya secara berturut-turut di tengah padatnya jadwal konser EXO planet 1 dan 2, di tahun 2016 EXO kemudian kembali bangkit dengan merilis album ketiga bertajuk *EX'Act* dengan lagu utama berjudul *Lucky One* dan *Monster* yang kemudian sukses terjual sebanyak 1,17 juta kopi dari jumlah seluruh versi Korea dan Mandarin (Young 2016). EXO melalui album *EX'Act* juga berhasil menempati posisi pertama dan kedua dalam *YinYueTai V-chart*. Di tahun 2017 EXO juga memenangkan penghargaan sebagai *Most Influential Group Of Asia* dalam acara *The 5th YinYueTai V-Chart Awards* yang diadakan di Studio City, Macau 8 April 2017 (YinYueTai Awards 2017). EXO kemudian menjadi *boyband* yang namanya semakin besar di Tiongkok, hal ini di tunjukkan dengan terjual habisnya tiket konser EXO ketiga yang bertajuk *EXO Planet #3-The EXO'rDIUM* di Huanglong Stadium yang memiliki kapasitas penonton sebanyak 51,000 orang dalam waktu 5 menit sejak jadwal penjualan tiket dibuka. Kota Hangzhou secara khusus dipilih EXO sebagai kota pembuka dalam rangkaian tour Asia ketiganya (Ferrer 2016).

Kesuksesan EXO juga dapat dilihat dari ranking *fancafe* Kpop idol di Tiongkok tahun 2018, di mana EXO berhasil menempati posisi pertama dengan jumlah sebanyak 3,789,512 pengikut, kemudian disusul dengan T-ara di posisi kedua dengan jumlah 2, 532,469 pengikut, dan Bigbang di posisi ketiga dengan jumlah pengikut sebanyak 2,325,258 pengikut. EXO berhasil mempertahankan

posisinya yang memuncaki *fancafe* di Tiongkok sebagai grup termuda dan di tengah adanya isu *Terminal High Altitude Area Defense* (THAAD) antara Korea Selatan dan Tiongkok sejak akhir 2016.

Tabel 2 - Kpop Idol Group Tiongkok *Fancafe* Ranking 2018

K-pop Idol Grup Tiongkok <i>Fancafe</i> Ranking				
No	Nama Grup	180626	180726	Point
1	EXO	3,784,436	3,789,512	▲ 5,076
2	T-ara	2,532,711	2,532,469	▼ 242
3	Bigbang	2,326,679	2,325,258	▼ 176
4	Girls' Generation	1,996,558	1,996,430	▼ 128
5	Super Junior	1,432,331	1,432,774	▲ 444
6	TVXQ	1,429,214	1,432,546	▲ 3,332
7	F(x)	894,978	894,666	▼ 312
8	Shinee	891,462	893,900	▲ 2,438
9	2PM	788,354	788,612	▲ 258
10	JYJ	691,684	695,645	▲ 3,961
11	Shinhwa	688,241	688,368	▲ 127
12	Infinite	645,960	646,365	▲ 405
13	CNBlue	641,782	641,511	▼ 271
14	Apink	619,544	621,339	▲ 1,795
15	Winner	571,438	570,877	▼ 561

Sumber: pann nate (2018)

EXO juga menjadi grup Kpop yang paling banyak dilihat di Mainland Tiongkok tahun 2019, hal ini dapat dilihat dari jumlah total pendengar aplikasi streaming musik Tiongkok seperti QQ, Baidu musik, Yin Yu tai, Xiami musik, etc. EXO kemudian menduduki posisi pertama dengan jumlah total streamer sebanyak 7,298,655,181 streamer, kemudian di posisi kedua ada Bigbang dengan streamer sebanyak 5,049,927,881 streamer, dan di posisi ketiga ada T-ara dengan jumlah streamer sebanyak 3,944,676,066 streamer. Hal ini menunjukkan bahwa EXO merupakan sebuah grup yang secara konsisten mempertahankan komitmennya sejak debut di tahun 2012 dengan terus menunjukkan suatu karya musik yang berkualitas tinggi dan dapat dinikmati oleh segala umur. Dengan adanya data ini, EXO semakin menunjukkan bahwa popularitasnya justru tetap mengalami peningkatan setiap tahunnya, meskipun isu mengenai THAAD di Tiongkok terus mengalami pasang dan surut selama 2 tahun terakhir.

Pencapaian EXO di Tiongkok tentu tidak lepas dari kerja sama yang sudah lama terjalin antara *SM Entertainment* dengan perusahaan lokal Tiongkok seperti *Chengtian*, *Baidu*, *Tencent*, dan *Alibaba*, sehingga EXO-L (fans EXO) dapat dengan mudah mengakses berbagai program hiburan dan musik EXO meski di tengah pembatasan budaya Korea yang tengah terjadi di Tiongkok akibat adanya isu THAAD sejak 2016. Dengan demikian dapat ditarik sedikit kesimpulan bahwa kunci dari tetap bertahannya EXO dan *SM Entertainment* di Tiongkok adalah dengan membangun pondasi yang kuat sejak awal dengan menjalin kerja sama dengan perusahaan lokal.

Tabel 3 - Kpop Music Chart in Mainland Tiongkok 2019

No	Artist	Cumulative Audio Streams
1	EXO	7,298,655,131
2	BIGBANG	5,049,927,661
3	T-ARA	3,944,676,066
4	LAY (EXO)	1,919,331,623
5	GIRLS GENERATION'S	1,826,991,000
6	G-DRAGON	1,601,778,459
7	F(x)	1,296,000,442
8	TAEYEON	977,123,088
9	SUPER JUNIOR	567,029,664
10	IU	553,122,767
11	BLACKPINK	497,669,564
12	IKON	458,000,991
13	BTS	404,990,017
14	SHINEE	386,441,808
15	APINK	367,229,000
16	PSY	309,000,011
17	2NE1	291,857,423
18	WINNER	287,913,182
19	TAEYANG	255,769,980

Sumber: Pannchoa X (2020)

3.3 Receiver of Soft Power

3.3.1 EXO Merilis Album “Tempo” Dalam Formasi Lengkap dan Kembalinya Program Korea Selatan di Stasiun Televisi Tiongkok

Berkat adanya hubungan normalisasi yang dilakukan oleh Tiongkok dan Korea Selatan, industri pertelevisian Tiongkok kembali menayangkan serial acara dan drama milik Korea Selatan. *Tencent* bahkan membuat program TV yang serupa dengan televisi Korea Selatan yang bertajuk *Produce 101* milik *MNET*. Pada awal tahun 2018 stasiun TV Tiongkok CCTV dan *Phoenix Television* juga turut memberikan izin tayang selama 30 menit atas Olimpiade musim dingin di Pyeongchang, Korea Selatan (Permatasari 2019). Dalam acara penutupan Olimpiade Pyeongchang, pemerintah Korea Selatan menunjuk EXO dan CL 2NE1 sebagai artis yang tampil dalam acara penutupan tersebut (Berlam 2018).

Di sisi lain, setelah hampir 2 tahun tidak berkumpul bersama anggota EXO lainnya, Zhang Yi Xing (Lay EXO) dapat kembali merilis album dengan member EXO lainnya di penghujung tahun 2018 dengan tajuk “*Don't Mess Up My Tempo*” *Korean and Chinese version* (Herman 2018). Total album *Tempo* milik EXO telah terjual sekitar 2.097,244 juta eksemplar di Korea dan Tiongkok. Walaupun pembatasan terhadap budaya Korea sudah mengalami penurunan, akan tetapi Lay EXO masih belum dapat tampil secara langsung dan hanya berpartisipasi dalam pembuatan album, lagu, dan video klip. Hal ini disebabkan karena statusnya yang merupakan duta publikasi pemuda Changsha, juga karena masih banyak masyarakat Tiongkok yang menolak adanya THAAD di sekitar mereka. Meskipun demikian kembalinya EXO dengan member penuh menjadi momen yang sangat ditunggu fans dan tentunya sangat menguntungkan bagi perusahaan dan Korea Selatan.

Gambar 8 - EXO Tempo



Sumber: Soompi (2018)

3.3.2 EXO-SC Menggelar Fansign Untuk Pertama Kalinya Di Qingdao Huangdao City Media Plaza Setelah 2 Tahun Tidak Dapat Tampil Di Mainland Tiongkok

Tidak cukup dengan rilisnya album EXO dengan formasi lengkap di akhir tahun 2018, *SM Entertainment* pasca adanya hubungan normalisasi antara Tiongkok dan Korea Selatan mengirim sub-unit EXO yaitu EXO-SC yang merupakan member Korea paling digemari di Tiongkok untuk melakukan fansign di Tiongkok. Setelah batal melakukan konser di Tiongkok pada akhir 2016, EXO melalui sub-unit EXO Sehun dan Chanyeol (EXO-SC) akhirnya mendapatkan izin untuk melakukan fansign di Qingdao, Tiongkok. EXO-SC merupakan sub-unit yang memiliki fans individu terbesar di Tiongkok, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengikut mereka di *weibo*, di mana Oh Sehun menjadi member asal Korea Selatan dengan pengikut terbesar di *weibo* dengan jumlah sebesar 10,9 juta pengikut dan disusul oleh Park Chanyeol dengan 5,6 juta pengikut. *Fansign* ini bertepatan dengan EXO-SC yang merilis single terbaru mereka berjudul “*What a Life*” pada 22 Juli 2019. Event ini diselenggarakan pada tanggal 30 Juli 2019, oleh *Hottracks* yang berlokasi di City Media Plaza, Huangdao District. Menjadi idol pertama yang tampil di Mainland Tiongkok membuat *SM Entertainment* selaku agensi dari EXO-SC berupaya maksimal agar artisnya dapat merasa aman dan nyaman selama acara berlangsung. *SM Entertainment* membawakan sekitar 200 pengawal dari Korea Selatan ke Tiongkok. *Hottracks* selaku penyelenggara acara juga bekerja dengan polisi setempat dengan memberikan tambahan keamanan sekitar 300 pengawal dengan tujuan untuk semakin memperketat keamanan yang ada di lokasi acara. Sehingga dapat mengurangi kemungkinan dari insiden yang tidak diinginkan selama acara *fansign* ini berlangsung (Bee 2019). Mengingat antusias fans dari kedua idol ini sangatlah besar di Tiongkok.

Gambar 9 - EXO-SC Fansign Di Qingdao 2019



Sumber: SBS Star

Setelah melihat strategi yang coba dilakukan pemerintah Korea Selatan melalui *SM Entertainment* dan EXO dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok pasca adanya THAAD, penulis beranggapan bahwa semua ini tidak dapat terlepas dari pengaruh besar Lay EXO di Tiongkok. *SM entertainment* selaku alat diplomasi milik Korea Selatan berusaha keras untuk terus mempertahankan satu-satunya member EXO yang berasal dari Tiongkok dan jembatan besar bagi Korea Selatan dan Tiongkok untuk menjalin kerja sama dalam bidang budaya. Pemerintah Korea Selatan bahkan semakin mempertegas komitmennya dengan membawa EXO CBX dalam acara besar tahunan milik Korea Selatan dan Tiongkok yaitu *Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership* dengan anggapan bahwa misi besar Korea Selatan untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok akan semakin terbuka lebar dan lebih diterima oleh Tiongkok, mengingat peluang sudah dibuka oleh rekan setimnya yaitu Lay (EXO) yang merupakan anggota EXO yang berasal dari Tiongkok. EXO menjadi alat Korea Selatan paling berpengaruh selama perjalanan Korea Selatan dalam mempertahankan kembali pengaruhnya di Tiongkok pasca adanya THAAD. Walaupun pembatasan budaya dan isu THAAD tidak sepenuhnya berakhir, namun masuknya kembali beberapa budaya Kpop dan terbukanya kembali kerja sama antara Korea Selatan dan Tiongkok membuat Korea Selatan mendapatkan kembali kejayaannya di negeri tirai bambu tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa bukan hanya Korea Selatan saja yang masih membutuhkan Tiongkok, melainkan Tiongkok sendiri juga masih membutuhkan Korea Selatan dalam beberapa kerja sama. Sehingga hubungan baru ini dapat dikatakan sebagai hubungan yang saling menguntungkan, selama Korea Selatan dan Tiongkok tidak

saling melanggar kembali perjanjian normalisasi antara kedua negara. Di sisi lain kembalinya Korea Selatan ke Tiongkok tentu menjadi sebuah kekhawatiran baru bagi pemerintah Tiongkok yang takut remajanya akan habis karena memilih untuk merantau dan berkarya di Korea dibanding berkarya di negaranya sendiri (CNN Indonesia 2019).

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini ialah strategi yang digunakan oleh pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok adalah menggunakan industri hiburan, terutama melalui *SM Entertainment* dan grup K-pop EXO. Dengan teori soft power milik Joseph Samuel Nye sebagai landasan dalam analisis, penulis mengidentifikasi tiga unsur utama dari penjabaran milik Nye yaitu: *sources*, *referees*, dan *receivers*.

Pemerintah Korea Selatan bertindak sebagai *referees*, Tiongkok sebagai *receivers*, serta *SM Entertainment* dan EXO selaku *sources* dari pemerintah Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan mencoba untuk menggunakan *sources* yang mudah diterima oleh *receivers* yaitu dengan menggunakan beberapa kebijakan. Kebijakan pertama yang diambil oleh pemerintah Korea Selatan adalah dengan mempertahankan member EXO yang berasal dari Tiongkok yaitu Lay EXO. Dengan tujuan untuk menjadikan Lay EXO sebagai jembatan dari masuknya kembali pengaruh budaya K-pop ke dalam pasar Tiongkok. Kebijakan yang kedua yaitu dengan melibatkan kehadiran EXO dalam acara-acara resmi seperti *Korea-Tiongkok Economic and Trade Partnership*, dengan tujuan untuk membangun kembali hubungan ekonomi yang terganggu akibat adanya isu THAAD. Kemudian yang terakhir dengan menunjuk EXO sebagai duta pariwisata Korea Selatan, hal ini bertujuan untuk menarik kembali wisatawan Tiongkok ke Korea Selatan, setelah sebelumnya mengalami penurunan akibat adanya isu THAAD. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan sekali lagi menunjukkan komitmen besarnya dalam merakit kembali hubungan dan pengaruhnya di Tiongkok pasca adanya THAAD di tahun 2016. Di mana pada akhirnya Tiongkok sebagai *receivers*, akhirnya menerima kembali masuknya Korea Selatan ke dalam Tiongkok. Hal ini ditunjukkan dengan EXO yang kembali merilis album bersama dengan Lay EXO yang bertajuk "*Tempo*" dan di gelarnya *fansign* EXO-SC di Mainland Tiongkok.

Dengan demikian, strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok melalui *SM Entertainment* dan EXO

dapat dilihat sebagai upaya yang menggunakan soft power untuk mempengaruhi opini dan kebijakan di Tiongkok melalui penggunaan sumber daya budaya dan kebijakan luar negerinya.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah penulis jabarkan pada bab I sampai bab III, penulis ingin memberikan rekomendasi terhadap penelitian selanjutnya. Hal ini disebabkan karena hingga saat ini isu mengenai THAAD masih akan terus berlanjut, mengingat masih adanya serangan nuklir yang diberikan Korea Utara kepada Korea Selatan. Di sisi lain juga, gelombang Korean Wave yang masih berkembang memungkinkan pemerintah Korea Selatan masih akan menggunakan Kpop sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan pengaruhnya di Tiongkok.

1. Penulis merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti seputar THAAD dan Kpop dengan menggunakan perspektif berbeda seperti Korea Utara. Hal ini menjadi menarik karena berhubungan dengan efektifitas dari adanya THAAD bagi negara pengirim nuklir, yang kemudian dapat dikaitkan dengan pengaruh Kpop sebagai alat diplomasi Korea Selatan untuk menyelesaikan konflik antara kedua negara, terutama jika dilihat dari sisi pengaruh Kpop di Korea Utara yang masih sangat terbatas.
2. Penulis juga merekomendasikan penelitian tentang “Hubungan Kerja sama Tiongkok dan Korea Selatan di Era Yoon Seok Yeol”. Topik ini menarik dibahas, hal ini disebabkan karena sejak terpilihnya Yoon Seok Yeol sebagai Presiden masyarakat Korea Selatan sudah memberikan gelar kepada Yoon Seok Yeol sebagai Presiden yang konservatif, sehingga dapat diperkirakan kebijakan yang akan dipakai oleh Korea Selatan terhadap Tiongkok akan mengalami perubahan yang mungkin akan semakin mempererat hubungan Korea Selatan dengan Amerika Serikat.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal:

- Ayhan, Kadir. 2016. *Korea's Public Diplomacy*. 1st ed. Seoul, Seoul: Hangang Network
- Gusfianda, Bobi, and Indawati. 2017. "Aliansi Militer Dan Keamanan Amerika Serikat-Korea Selatan Pasca Perang Dingin Dan Pengaruhnya Di Kawasan Asia Timur." *Global Insight Journal* 02, no. 01 (April-September): 186-196. Paramitha, Made C., A.A. Ayu I.
- Lee, Ji Y. 2020. "The Geopolitics of South Korea–China Relations: Implications for U.S. Policy in the Indo-Pacific | RAND." RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/PEA524-1>.
- Lee, Sue J. 2011. "The Korean Wave: The Seoul of Asia." *Journal of Undergraduate Research in Communication* 2, no. 1 (September): 86-88.
- Nye, Joseph S. 2008. "Public Diplomacy and Soft Power." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (March): 94-109.
- Prameswari, and A.A. Bagus S. Widya. n.d. "Upaya Diplomasi Korea Selatan Memperbaiki Hubungan Ekonomi Dengan Tiongkok Pasca Permasalahan Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Permatasari, Decyani. 2019. "Analisis Penggunaan Three NOs oleh Korea Selatan untuk Mengatasi Boikot di Cina Akibat Terminal High Altitude Area Defense (THAAD)." *Journal of International Relations* 5 (1): 1023-1027. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi>.
- Permatasari, Iga. 2022. "Hallyu and Multitrack Diplomacy of South Korea By SM Entertainment." *KYBERNOLOGY: Journal of Government Studies* 2 (2): 107-114. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kybernology>.
- Pradana, Prasasti R., and Adiasri P. Purbatina. 2022. "Implementasi Strategi Bisnis SM Entertainment Di Pasar Tiongkok Melalui WayV Pada Tahun 2019-2021." *Jurnal Bisnis Terapan* 06, no. 01 (Juni): 103-105. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i1.4908>.
- Pratama, Muhammad F., Palwa I. Sosa, and Tegar Yulianto. 2022. "Motif dan Kepentingan China dalam Pembentukan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)." *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 1 (Januari): 1841-1844. [10.36312/jisip.v6i1.2660/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index](https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index).
- Pratamasari, Annisa. 2017. "International Business Strategy in Selling Korean Pop Music: A Case Study of SM Entertainment." *Journal Global & Strategis* 10, no. 2 (Desember): 222-225. <https://doi.org/10.20473/jgs.10.2.2016.221-234>.
- Prawiraputri, Febe D., and Andi Meganingratna. 2021. "Peranan Sm Entertainment Sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia." *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional* 1, no. 2 (Juli-Oktober): 124-132. 2797-0485.
- Putri, Maharani, and Sofia Trisni. 2021. "Corporate Diplomacy: Peran SM Entertainment melalui Neo Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan." *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (Januari): 80-85. 10.24198.
- Rice, Susan. 2017. "Why I'm Here: The Importance of the U.S. — China

- Relationship.” Obama White House.
- Saraswati, Alifia, Yusri Abdillah, and Cacik R. Damayanti. 2023. “The Deployment of K-Pop in Asian Market through the Implementation of Cross-Country Business Contracts by the Korean Entertainment Company.” *Jurnal Ilmu Sosial* 22, no. 1 (Februari): 54-64. <https://jis.undip.ac.id/>.
- Somantri, Gumilar R. 2005. “Makara Sosial Humaniora.” *Memahami Studi Kualitatif* 9, no. 2 (Desember): 57-65.
- Trisni, Sofia, Rika Isnarti, Anita Afriani, and Ferdian. 2018. “Pencapaian Kepentingan Korea Selatan melalui Diplomasi Publik Korean Wave.” *Journal Global & Strategis* 12, no. 2 (November): 132-136. <https://doi.org/10.20473/jgs.12.2.2018.131-142>.

Artikel Daring:

- BBC News. 2007. “BBC NEWS | Asia-Pacific | Korean leaders in historic talks.” Home - BBC News. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/asia-pacific/7023079.stm>.
- BBC News. 2017. “China fuels anger over Seoul's missile move.” BBC News. <https://www-bbc-com.translate.goog/news/blogs-china-blog>.
- Bee, Kang E. 2019. “EXO-SC Hires 500 Bodyguards for Fan Signing Event in China.” SBS Star. <https://sbsstar.net/article/N1005379457/exosc-hires-500-bodyguards-for-fan-signing-event-in-china>.
- Berlam, Martin. 2018. “EXO: K-pop boyband thrills Winter Olympics closing ceremony.” The Guardian. https://www-the-guardian-com.translate.goog/sport/2018/feb/24/who-are-exo-the-boyband-about-to-thrill-the-winter-olympics-south-korea-k-pop?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- The Blue House KR. 2017. “송혜교와 엑소가 중국에서 징을 친 사연은?” The Blue House KR. <https://goo.gl/xpBCL5>.
- Bush, George H., and Seonghyon Lee. 2022. “THAAD bad: Seoul–Beijing relations under Moon.” East Asia Forum. <https://www-eastasiaforum-org.translate.goog/2022/11/18/thaad-bad-seoul-beijing-relations-under-moon>.
- Cartwright, Mark. 2016. “Ancient Korean & Chinese Relations.” World History. https://www-worldhistory-org.translate.goog/article/984/ancient-korean--chinese-relations/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc#google-vignette.
- Celine, Ge. 2017. “South Korea’s Hyundai, Kia sales halve in China amid diplomatic spat over THAAD.” SCMP. <https://www-scmp-com.translate.goog/business/companies/article/2085118/south-koreas-hyundai-kia-sales-halve-china-amid-diplomatic>.
- China Daily. 2017. “Lotte Mart to exit the Chinese market.” China Daily. https://www-chinadaily-com-cn.translate.goog/a/201810/18/WS5bc7f9bfa310eff303283238.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- CNN Indonesia. 2019. “China Khawatirkan Dampak 'Demam' K-Pop.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190513113225-241-394346/china-khawatirkan-dampak-demam-k-pop>.

- CNN World. 2010. "After North Korean strike, South Korean leader threatens 'retaliation.'" CNN World.
<https://edition.cnn.com/2010/WORLD/asiapcf/11/23/nkorea.skorea.military.fire/index.html?hpt=T1&iref=BN1>.
- CRS Report. 2023. "South Korea: Background and U.S. Relations." CRS Reports.
<https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IF/IF10165>.
- Dae, Cheong W. 2017. "Result of State Visit to China by the President." Ministry Of Foreign Affairs.
https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5674/view.do?seq=319595&srchFr=&srchT.
- Ferrer, Robie. 2016. "Kpop idol group EXO holds first sold-out concert in Hangzhou." Yibada. https://en-yibada-com.translate.google/articles/164380/20161003/exo-kpop-idol-group-south-korean-boy-band.htm?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Haenle, Paul, and Anne Shearman. 2017. "The Real Answer to China's THAAD Dilemma." The Diplomat. https://thediplomat-com.translate.google/2016/09/the-real-answer-to-chinas-thaad-dilemma/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Hee, Joo J., Park J. Gu, and Park S. Hye. 2023. "Exclusive: S. Korea-China trade balance turned negative for the first time in 31 years." The Chosun Daily. <https://www.chosun.com/english/2023/12/21/BDNC672TGBCZXKZIBGVN6DXAEU/>.
- Herman, Tamar. 2017. "Lay Zhang Is Aiming To Bring Chinese Music To The World." Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/tamarherman/2020/09/15/lay-zhang-is-aiming-to-bring-chinese-music-to-the-world/?sh=60fbf0584b24>.
- Herman, Tamar. 2018. "EXO to Release 'Don't Mess Up My Tempo' Album In November." Billboard. <https://www.billboard.com/music/music-news/exo-dont-mess-with-my-tempo-album-in-november-8478232/>.
- Heun, Kim J. 2022. "Lotte to pull out of China, focus on Southeast Asia." The Korea Times.
https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2024/01/129_329617.html.
- Hutapea, Rita U. 2018. "AS Buka Markas Besar Militer di Korsel, Terbesar di Dunia." detikNews. <https://news.detik.com/internasional/d-4091510/as-buka-markas-besar-militer-di-korsel-terbesar-di-dunia>.
- Hyeong, Son J. 2016. "EXO's Nanjing concert put on hold - Entertainment." The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2016/12/07/exo-nanjing-concert-put-on-hold.html>.
- Jeongmin, Kim. 2017. "Reuters." 'No Nukes, No THAAD' - South Korean town calls for missile defence withdrawal. <https://www.reuters.com/article/us-northkorea-usa-missiledefence-idUSKBN1JV35W/>.
- Jie, Jiang, and Bianji. 2016. "EXO member becomes Hunan youth league ambassador." People's Daily. <http://en.people.cn/n3/2016/0715/c90000-9086781.html>.
- Jobst, Nina. 2023. "South Korea: trade balance with China 2022." Statista.
<https://www.statista.com/statistics/657629/south-korea-trade-balance-with-china-since-free-trade-agreement/>.

- John, Elton. 2022. "Why Three Nos don't matter for Seoul-Beijing ties." The Korea Times. https://m-koreatimes-co-kr.cdn.ampproject.org/v/s/m.koreatimes.co.kr/pages/article.amp.asp?amp_gsa=1&_js_v=a9&newsIdx=335424&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#ampshare=https%3A%2F%2Fm.koreatimes.co.kr%2Fpages%2Farticle.asp%3FnewsIdx%3D335424.
- Kementerian Perdagangan Republik Rakyat China. 2015. "China, ROK sign free trade agreement." China International Electronic Commerce Center Website. https://fta-mofcom-gov-cn.translate.goog/enarticle/enkorea/enkoreanews/201506/21876_1.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc&_x_tr_sch=http.
- Kim. 2018. "Baekhyun EXO Bawakan Lagu Kebangsaan Korea di Olimpiade Pyeongchang." IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/try-ervina/baekhyun-exo-bawakan-lagu-kebangsaan-korea-di-pembukaan-olimpiade-pyeongchang-c1c2?page=all>.
- Kim, Christine. 2017. "Their lives disrupted, South Korean grannies vow to fight U.S. THAAD deployment to the end." The Japan Times. <https://www.japantimes.co.jp/news/2017/06/18/asia-pacific/lives-disrupted-south-korean-grannies-vow-fight-u-s-thaad-deployment-end/>.
- Korea Star Daily. 2018. "K-pop第一人 EXO獲韓國造幣公社製全球流通紀念獎牌." Korea Star Daily. <https://www.koreastardaily.com/tc/news/103511>.
- Korea Star Daily. 2018. "韓國觀光策略出大絕 任命 EXO 為榮譽大使！." koreastardaily.com. <https://www.koreastardaily.com/tc/news/106766>.
- Kumparan. 2019. "EXO Raih Penghargaan dari Kementerian Pariwisata Korea Selatan." Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparank-pop/exo-raih-penghargaan-dari-kementerian-pariwisata-korea-selatan-1sPv08keJGS/full/gallery/2>.
- Lee, Christy. 2023. "China's Waning Leverage Over SKorea Lessens Chances of Retaliation Against THAAD, Experts Say." VOA. <https://www.voanews.com/a/china-s-waning-leverage-over-south-korea-lessens-chances-of-retaliation-against-thaad-experts-say-/7161323.html>.
- Lew, K. 2018. "EXO Sets New Personal Record On Billboard 200 With "Don't Mess Up My Tempo."" Soompi. <https://www.soompi.com/article/1262339wpp/exo-sets-new-personal-record-billboard-200-dont-mess-tempo>.
- Liang, Xiadon. 2022. "The Six-Party Talks at a Glance." Arms Control Association. <https://www.armscontrol.org/factsheets/6partytalks>.
- Lim, Darren J. 2019. "Chinese Economic Coercion during the THAAD Dispute." The Asan Forum. <https://theasanforum.org/chinese-economic-coercion-during-the-thaad-dispute/>.
- Manuel, Mei. 2016. "EXO Held Their First Concert in Hangzhou." China Christian Daily. http://chinachristiandaily.com/2016-10-03/society/exo-held-their-first-concert-in-hangzhou_2723.html.
- Ministry Of Commerce People's Republic Of China. 2018. "Statistics on China-Korea Economic and Trade Cooperation in 2017 -." MINISTRY OF COMMERCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA.

- <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/lanmubb/ASEAN/201808/20180802781402.shtml>.
- Mustafa, Ardita. 2017. "Indonesia Sumbang 295 Ribu Wisatawan ke Korea Selatan." CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170214113236-269-193388/indonesia-sumbang-295-ribu-wisatawan-ke-korea-selatan>.
- Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD). 2023. "National Tourism Policy Review Republic of Korea." OECD. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6e8b663c-en/index.html?itemId=/content/component/6e8b663c-en>.
- Panda, Angkit. 2017. "Why China and Russia Continue to Oppose THAAD." The Diplomat. https://thediplomat-com.translate.goog/2017/06/why-china-and-russia-continue-to-oppose-thaad/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Panda, Ankit. 2017. "China and South Korea: Examining the Resolution of the THAAD Impasse." The Diplomat. <https://thediplomat.com/2017/11/china-and-south-korea-examining-the-resolution-of-the-thaad-impasse/>.
- Park, Anna J. 2022. "Korea runs trade deficit with China - The Korea Times." Korea Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/biz/2024/05/602_332050.html.
- Prahara, Haris, and Hilda B. Alexander. 2018. "Bisnis Ambruk, Lotte Jual 50 Gerai Lotte Mart." Properti. <https://properti.kompas.com/read/2018/05/13/070000021/bisnis-ambruk-lotte-jual-50-gerai-lotte-mart>.
- Ruo, Qian. 2017. "【小饭桌早报】共享充电宝首现企业退出：乐电宣布停止运营；张艺兴加盟腾讯；大妈云栖大会征婚，网友称精准." 小饭桌早报. <http://www.xfz.cn/post/4693.html>. https://obamawhitehouse-archives-gov.translate.goog/blog/2016/08/18/why-im-here-importance-us%E2%80%8A%E2%80%94%E2%80%8Achina-relationship?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Saju, Pascal S. 2018. "Asa Damai Saat Para Pemimpin yang Berseteru Berkumpul." Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2018/02/09/asa-damai-saat-para-pemimpin-yang-berseteru-berkumpul>.
- Soompi. 2012. "EXO-M Is the "Most Popular Group of the Year" in China." Soompi. <https://www.soompi.com/article/426584wpp/exo-m-is-the-most-popular-group-of-the-year-in-china>.
- Soon, Choi H. 2018. "K팝 스타메달 1호 '엑소(EXO) 공식 기념메달' 공개." CCN News Korea. <https://www.ccnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=110825>.
- Stangarone, Troy. 2019. "Did South Korea's Three Noes Matter? Not So Much." The Diplomat. <https://thediplomat.com/2019/10/did-south-koreas-three-noes-matter-not-so-much/>.
- Statista. 2024. "South Korea: visitor arrivals from Mainland China share 2019." Statista. <https://www.statista.com/statistics/1053544/south-korea-visitor-arrivals-from-mainland-china-share/>.

- Takruri, Dena, and Jim Walsh. 2017. "Soseong-ri: Hub of South Korea's anti-THAAD movement | Features." Al Jazeera. <https://www.aljazeera.com/features/2017/9/22/soseong-ri-hub-of-south-koreas-anti-thaad-movement>.
- Teixeira, Lauren. 2019. "K-Pop's Big China Problem – Foreign Policy." Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2019/07/30/k-pops-big-china-problem/>.
- Valerry. 2023. "Exo Lay's Popularity in China: Unveiling the Phenomenon – CMHI." CMHI. https://www.cmhi.com.hk/exo-lays-popularity-in-china-unveiling-the-phenomenon/#google_vignette.
- Valley, Alicia. 2021. "Here's Why Lee Soo Man Is Selling His Stake In SM Entertainment (& What It Really Means For The Company)." Koreaboo. <https://www.koreaboo.com/news/sm-entertainment-selling-shares-lee-soo-man/>.
- Yan, Ai. 2017. "MOFA says Lotte protests indicate Chinese opposition to THAAD." China Global Television Networks. https://news.cgtn.com/news/3d457a4d31636a4d/share_p.html?t=14882816693.
- YinYueTai Awards. 2017. "The 5th Vchart Awards 2017." Vchart Yinyuetai. <https://vchart.yinyuetai.com/awards2017/honour>.
- Young, Jeong S. 2016. "'독보적 클래스'..엑소, 컴백 동시에 '트리플 밀리언셀러' OSEN 정소영 기자." OSEN. <http://www.osen.co.kr/article/G1110478821>.
- Weibo.com/weareoneexo
- Weibo.com/wu世勋-EXO
- Weibo.com/real__pcyyyyy
- Weibo.com/张艺兴