

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pelaksanaan diplomasi publik menjadi salah satu poin utama dalam kebijakan luar negeri Korea Selatan di bawah pemerintahan presiden Moon Jae In.<sup>1</sup> Hal ini dibuktikan dengan adanya *Master Plan of Public Diplomacy 2017-2021 (Public Diplomacy Act)* pertama milik Korea Selatan.<sup>2</sup> Selain itu, pelaksanaan diplomasi publik ini tercantum jelas dalam *Five Year Plans of the Moon Jae In Administration* dan *Diplomatic White Paper 2018*. Keberadaan berbagai dokumen tersebut membuktikan bahwa diplomasi publik memang menjadi elemen penting dalam kebijakan luar negeri Korea Selatan pada pemerintahan Moon Jae In.

*Hallyu* merupakan instrumen diplomasi publik yang digunakan oleh Korea Selatan dalam mencapai kepentingannya. Hal ini dapat dilihat melalui *Hallyu White Paper 2018* serta pidato Presiden Moon Jae In yang seringkali menyebutkan bahwa Korea Selatan akan terus berusaha untuk menciptakan konten-konten *hallyu* yang lebih baik dalam mencapai tujuan negara.<sup>3</sup> Istilah *hallyu* ini merujuk kepada penyebaran budaya populer Korea Selatan dalam segala bentuk seperti *fashion*, *make up*, makanan, drama, dan musik (k-pop).<sup>4</sup> Produk budaya populer ini berhasil meraih perhatian banyak negara dan memberikan keuntungan bagi Korea Selatan.

---

<sup>1</sup> Ministry of Foreign Affairs, "2018 Korean Diplomatic White Papers," 2018.

<sup>2</sup> Public Diplomacy Act 2017-2021, no.13951, (South Korea: Ministry of Foreign Affairs, 2018), diakses pada 22 April 2021

[https://elaw.klri.re.kr/eng\\_mobile/viewer.do?hseq=39471&type=new&key=](https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=39471&type=new&key=)

<sup>3</sup> "Full text of President Moon's New Year speech," *The Korean herald*, 2019, diakses pada 22 April 2021, <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190110000121>.

<sup>4</sup> Wahyudi Akmaliah Muhammad, "Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/K-pop) dan Dampaknya di Indonesia," *Jurnal Masyarakat & Budaya* 14, no. 1 (2012): 201-12,

<https://doi.org/10.14203/JMB.V15I1.147>.

Berdasarkan *Hallyu White Paper 2018*, pelaksanaan *hallyu* ternyata akan diperluas secara global termasuk ke Amerika Serikat. Amerika Serikat dipilih sebab negara ini sedang dilanda popularitas k-pop melalui grup idola BTS di kalangan publiknya.<sup>5</sup> Popularitas k-pop ini dilihat sebagai sinyal positif dan digunakan Korea Selatan untuk menyebarkan *hallyu* secara luas di Amerika Serikat.

Namun penyebaran *hallyu* ke Amerika Serikat ternyata menghadapi berbagai tantangan. Setelah Presiden Donald Trump terpilih pada tahun 2017 lalu, hubungan Korea Selatan dan Amerika Serikat yang didominasi aspek keamanan mengalami pasang-surut.<sup>6</sup> Presiden Donald Trump mengumumkan bahwa biaya militer Korea Selatan yang dipasok oleh Amerika Serikat akan dinaikkan serta ingin menarik diri dari kerja sama KORUS-FTA (*Korea-US Free Trade Agreement*) pada April 2017 lalu.<sup>7</sup> Hal ini dilakukan karena Korea Selatan dianggap mengambil keuntungan yang besar dari kerjasamanya dengan Amerika Serikat. Terlebih, rencana latihan militer gabungan Amerika Serikat dan Korea Selatan kemudian dibatalkan secara sepihak oleh Amerika Serikat.<sup>8</sup> Hal ini memperlihatkan adanya kerenggangan dalam hubungan Korea Selatan dengan Amerika Serikat karena berbagai kerjasama yang sudah dilakukan sejak lama tersebut memburuk.

Tidak hanya itu, masyarakat Amerika Serikat ternyata masih memiliki persepsi negatif terhadap Korea Selatan dan *hallyu*. Persepsi negatif ini kemudian

---

<sup>5</sup> *Hallyu White Paper*, 76-77.

<sup>6</sup> Choe Sang Hun, "Trump Says South Korea Is Paying \$500 Million More for U.S. Troops. The Deal Says Otherwise. - The New York Times," *The New York times*, 2019, diakses pada 26 November 2021, <https://www.nytimes.com/2019/02/13/world/asia/trump-south-korea.html>.

<sup>7</sup> Frank Smith, "Joe Biden seeks a reset in US-South Korea relations amid North Korea challenges," 2020, diakses pada 26 November 2021, <https://www.dw.com/en/joe-biden-seeks-a-reset-in-us-south-korea-relations-amid-north-korea-challenges/a-55594386>.

<sup>8</sup> Phil Stewart Josh Smith, "Trump surprises with pledge to end military exercises in South Korea," 2018, diakses pada 26 November 2021, <https://www.reuters.com/article/us-northkorea-usa-military-idUSKBN1J812W>.

akan berdampak pada kebijakan yang diambil Amerika Serikat karena opini publik merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh dalam kebijakan luar negerinya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Korean Foundation For International Culture Exchange (KOFICE) pada 2017, persepsi negatif publik Amerika Serikat terhadap Korea Selatan dan industri hiburannya masih menunjukkan angka yang tinggi yaitu 35,6% jika dibandingkan dengan negara lainnya seperti Jepang yang hanya sekitar 20% dan Australia 30%.<sup>9</sup> Angka ini memperlihatkan bahwa sentimen masyarakat Amerika Serikat terhadap Korea dan produk budayanya masih tinggi.

Hal tersebut dikarenakan masyarakat Amerika Serikat selama beberapa dekade hanya melihat Korea Selatan dalam lensa negatif akibat perang dan tensi diplomatiknya dengan Korea Utara.<sup>10</sup> Sebab itulah, persepsi negatif tersebut perlu diatasi karena akan mempengaruhi citra Korea Selatan dan status *hallyu* di Amerika Serikat. Terlebih, Amerika Serikat merupakan aliansi penting Korea Selatan serta mitra dagang yang besar bagi banyak negara bahkan bagi Tiongkok, begitupun bagi Korea Selatan.<sup>11</sup>

Selain itu, dalam melakukan perluasan *hallyu*, dana yang dianggarkan ternyata mengalami penurunan jika dibandingkan dengan pemerintahan sebelumnya. Merujuk kepada laporan Kementerian Budaya, Olahraga, dan

---

<sup>9</sup> *Global Hallyu Trends 2020*, 2020, [http://eng.kofice.or.kr/z99\\_include/filedown1.asp?filename=\[KOFICE\] 2020 Global Hallyu Trends.pdf](http://eng.kofice.or.kr/z99_include/filedown1.asp?filename=[KOFICE] 2020 Global Hallyu Trends.pdf).

<sup>10</sup> Susan Lim, "How Korean boy band BTS toppled Asian stereotypes – and took America by storm," *The Conversation*, 2018, diakses pada 26 November 2021, <https://theconversation.com/how-korean-boy-band-bts-toppled-asian-stereotypes-and-took-america-by-storm-97596>.

<sup>11</sup> Inda Mustika Permata, Anita Afriani Sinulingga, dan Tri Fauzi Tadif, "Diplomasi Publik Tiongkok Ke Amerika Serikat Pada Era Hu Jintao," *Frequency Of International Relations (FETRIAN)* 1, no. 2 (2019): 231–61, <http://fetrian.fisip.unand.ac.id/index.php/fetrian/article/view/136/8>.

Pariwisata Korea Selatan tahun 2018, anggaran belanja kementerian adalah sebesar US\$4,66 triliun yang difokuskan pada bidang seni dan budaya, sebesar US\$7,54 miliar akan digunakan untuk seniman, dan US\$12,41 miliar untuk promosi konten *hallyu* dan eksepsi virtual.<sup>12</sup> Jumlah tersebut masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan anggaran *hallyu* tahun sebelumnya di bawah pemerintahan presiden Park Geun Hye yaitu sebesar US\$5,30 triliun pada tahun 2015.<sup>13</sup>

Menariknya, penyebaran *hallyu* di Amerika Serikat tetap menuai keberhasilan walaupun mengalami berbagai rintangan yang telah dijelaskan di atas. Merujuk kepada survei Korean Foundation For International Culture Exchange (KOFICE) dalam laporan *Global Hallyu Trend 2020*, terjadi penurunan dalam sentimen publik Amerika Serikat terhadap Korea Selatan menjadi 30,6% pada tahun 2019.<sup>14</sup> Selain itu, hasil survei yang dilakukan oleh Chicago Council pada tahun 2020 juga menunjukkan bahwa Korea Selatan menjadi negara yang paling disukai masyarakat Amerika Serikat bahkan sebanyak 58% dari mereka menginginkan pemerintah Amerika Serikat menggunakan pasukan militernya untuk membantu Korea Selatan dalam menghadapi serangan Korea Utara.<sup>15</sup>

Di samping itu, keberhasilan *hallyu* juga bisa dilihat melalui popularitasnya di berbagai bidang, seperti kesuksesan grup idola BTS yang menduduki posisi puncak *Billboard Hot 100 Chart* serta kolaborasi Black Pink dengan penyanyi

---

<sup>12</sup> Jaeyeon Woo, "2019 budget for culture & sports ministry hits record high," 2018, diakses pada 26 November 2021, <https://en.yna.co.kr/view/AEN20181210007200315>.

<sup>13</sup> "Gov't Raises Arts Culture Budget by More Than 10%," KOREA.net, diakses pada 26 November 2021, <https://www.korea.net/NewsFocus/policies/view?articleId=121905>.

<sup>14</sup> *Global Hallyu Trends 2020*.

<sup>15</sup> Karl Friedhoff, "Americans Positive on South Korea Despite Trump's Views on Alliance," *The Chicago Council on Global Affairs*, 2020, diakses pada 26 November 2021, <https://www.thechicagocouncil.org/research/public-opinion-survey/americans-positive-south-korea-despite-trumps-views-alliance>.

Amerika Serikat Selena Gomez mencetak rekor sebagai artis wanita dengan tayangan video terbanyak di Youtube.<sup>16</sup> Film ‘Parasite’ yang menerima Piala Oscar pada tahun 2020, hingga ditambahkan 26 bahasa korea dalam kamus bahasa inggris.<sup>17</sup> Semua itu memperlihatkan bahwa *hallyu* memang berhasil sebagai sebuah instrumen diplomasi karena bisa mengubah persepsi publik serta meraih popularitas yang besar di Amerika Serikat. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Jenna Gibson bahwa kesuksesan *hallyu* di dunia tidak lagi perlu dipertanyakan karena melalui berbagai produk budaya populernya, *hallyu* bisa menembus pasar Amerika Serikat.<sup>18</sup>

Berdasarkan hal tersebut, maka bentuk upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat menjadi menarik untuk diteliti. Terlebih lagi, penyebaran *hallyu* di Amerika Serikat ini sukses dilakukan walaupun menghadapi berbagai hambatan dalam prosesnya seperti yang telah dijelaskan di atas. Penelitian ini akan difokuskan pada upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui Kementerian Luar Negeri, Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata, serta beberapa departemen di bawah kementerian tersebut yang bertanggung jawab atas pelaksanaan *hallyu* pada masa kepemimpinan presiden Moon Jae In dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat.

---

<sup>16</sup> Jonathan Hicap, “YouTube Reveals Official First 24 Hour Views For BLACKPINK’s ‘Ice Cream’ Music Video” 2020, diakses pada 24 Mei 2021, <https://mb.com.ph/2020/09/01/youtube-reveals-official-first-24-hour-views-for-blackpinks-ice-cream-music-video/>.

<sup>17</sup> “Korean Definition & Meaning” (Merriam Webster, n.d.), diakses pada 16 Januari 2022, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Korean>.

<sup>18</sup> Jenna Gibson, “How South Korean Pop Culture Can Be a Source of Soft Power,” *Carnegie Endowment for International Peace*, 2020, diakses pada 11 November 2021, <https://carnegieendowment.org/2020/12/15/how-south-korean-pop-culture-can-be-source-of-soft-power-pub-83411>.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada tahun 2017 lalu, hubungan Korea Selatan dengan Amerika yang didominasi aspek keamanan mengalami pasang-surut. Presiden Donald Trump mengumumkan bahwa biaya militer Korea Selatan yang dipasok oleh Amerika akan dinaikkan serta Amerika Serikat akan menarik diri dari kerja sama KORUS-FTA (Korea-US Free Trade Agreement). Merujuk pada data KOFICE, persepsi negatif publik Amerika Serikat terhadap *hallyu* dan industri hiburan Korea masih menunjukkan angka yang tinggi yaitu 35,6% pada tahun 2017 lalu. Persepsi negatif terhadap *hallyu* ini kemudian berdampak pada opini publik Amerika Serikat mengenai Korea Selatan yang juga negatif. Selain itu, anggaran belanja kementerian pada tahun 2018 di bidang budaya juga lebih sedikit jika dibandingkan dengan anggaran pada masa pemerintahan presiden sebelumnya. Namun, penyebaran *hallyu* sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan di bawah pemerintahan Presiden Moon Jae In ternyata menuai keberhasilan di Amerika Serikat. Berdasarkan fakta diatas, menarik untuk diteliti tentang upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam mencapai kesuksesan *hallyu* di Amerika Serikat.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat pada masa pemerintahan Moon Jae In?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya yang diambil oleh Korea Selatan dalam membuat *hallyu* meraih kesuksesan di Amerika Serikat.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan sebagai referensi literatur dalam konteks diplomasi publik Korea Selatan
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca dalam memahami upaya-upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan ke Amerika Serikat melalui *hallyu*.

#### 1.6 Studi Pustaka

Dalam menjawab pertanyaan penelitian, peneliti berusaha menghimpun sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan menemukan beberapa referensi yang relevan untuk dijadikan acuan dalam mengkaji topik yang diangkat. Adapun beberapa referensi yang peneliti jadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Referensi pertama adalah artikel jurnal yang ditulis oleh Benjamin Han dengan judul “*K-pop In Latin America: Transcultural Fandom And Digital Mediation*”.<sup>19</sup> Dalam jurnal ini dijelaskan bahwa pemerintah Korea Selatan seringkali membentuk konser dan bekerja sama dengan beberapa perusahaan

---

<sup>19</sup> Benjamin Han, “K-Pop in Latin America: Transcultural Fandom and Digital Mediation,” *International Journal of Communication* 11 (2017): 2250–2569, diakses pada 24 Mei 2021, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6304/2048>.

ternama Korea Selatan yang berada di Amerika Latin. Lebih lanjut, Han menjelaskan bahwa juga terdapat aktivitas-aktivitas berbasis *online* yang dilakukan oleh klub penggemar *hallyu* sehingga membuat fenomena ini menyebar di Amerika Latin. Sebagai contoh, terdapat kenaikan aktivitas media sosial terkait *hallyu* yang dilakukan oleh klub penggemar di Peru, yaitu dari 3% menjadi 36,5%. Tulisan ini layak menjadi referensi peneliti dalam melihat bagaimana peningkatan persepsi dan kesukaan publik terhadap *hallyu* yang juga akan mempengaruhi persepsi publik terhadap Korea Selatan. Namun perbedaannya adalah Han mengambil studi kasus persepsi publik di Amerika Latin sedangkan penelitian ini akan fokus pada pelaksanaan upaya diplomasi publik melalui *hallyu* untuk mempengaruhi persepsi publik di Amerika Serikat.

Referensi berikutnya adalah “*Past, Present, and Future of Hallyu (Korean Wave)*” yang ditulis oleh Kim Bok Rae.<sup>20</sup> Di dalam artikel jurnal ini dijelaskan bahwa *hallyu* pada dasarnya bukan hanya fenomena pada aspek budaya saja tapi berkaitan dengan segala aspek kepentingan Korea Selatan baik sosial, ekonomi, maupun politik. Wacana kebebasan pers dan media kemudian dijelaskan sebagai faktor pendorong dalam penyebaran *hallyu* secara global. Selain itu, jurnal ini juga menjelaskan bagaimana perkembangan *hallyu* mulai dari *hallyu* 1,0 yang difokuskan kepada penyebaran K-drama, *hallyu* 2,0 yang fokusnya dalam penyebaran k-pop, *hallyu* 3,0 yang difokuskan pada k-culture, dan *hallyu* 4,0 yang fokusnya dalam penyebaran k-style. Jurnal ini menjadi referensi peneliti karena mampu membantu peneliti melihat kegiatan-kegiatan *hallyu* yang telah disusun pemerintah Korea Selatan. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang akan

---

<sup>20</sup> Kim Bok-rae, “Past , Present and Future of Hallyu ( Korean Wave ),” *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (2015): 154–160.

peneliti lakukan adalah referensi ini lebih fokus pada perkembangan fenomena *hallyu* yang terdiri atas empat gelombang sedangkan peneliti akan fokus pada perkembangan penyebaran *hallyu* di Amerika Serikat.

Referensi selanjutnya yaitu tulisan dari Efe Sevin, dkk yang berjudul “*Analyzing Images Country Through Networks: Case Of South Korea*”.<sup>21</sup> Pada tulisan ini, Sevin lebih fokus dalam menjelaskan bagaimana *image* Korea dalam media digital yaitu Twitter. Dalam beberapa tahun belakang, Korea sering kali menjadi topik hangat perbincangan di media sosial tersebut terutama jika berhubungan dengan k-pop. Akun pemerintah seperti Korea Foundation, agensi berita, hingga akun pribadi Presiden Korea Selatan ikut serta dalam mempromosikan *image* Korea Selatan yang baik. Namun akun-akun pribadi penggemar *hallyu* lah yang lebih berkontribusi. Pada akhir tulisannya Sevin kemudian menyebutkan bahwa promosi melalui media sosial seperti Twitter dan Instagram menjadi salah satu langkah yang efektif dalam penyebaran *hallyu*.

Dengan demikian, tulisan ini menjadi referensi peneliti dalam melihat bentuk upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu*. Namun, kelemahan dari artikel jurnal yang ditulis Sevin adalah keefektifan penyebaran *hallyu* tidak bisa hanya dilihat dari berapa banyak cuitan terkait *hallyu* dan Korea Selatan yang ada di dunia maya. Sevin lebih banyak menjelaskan bagaimana *image* Korea dalam media digital yaitu Twitter, sedangkan peneliti akan melihat bagaimana upaya Korea Selatan dalam berbagai aspek tidak hanya berdasarkan media digital, untuk meningkatkan *image* khususnya terhadap Amerika Serikat.

---

<sup>21</sup> Efe Sevin et al., “Analyzing Country Images through Networks: Case of South Korea,” *Asian International Studies Review* 21, no. 2 (7 Januari 2020): 95–119, <https://doi.org/10.16934/isr.21.2.202012.95>.

Referensi selanjutnya adalah tulisan Tinnapop Sunsomboomthang yang berjudul “*Hybridity of K-pop Music: From The West To South Korea From The South Korea To The Globe*”.<sup>22</sup> Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa penggunaan *platform* Youtube menjadi salah satu strategi Korea Selatan dalam melakukan perluasan terhadap *hallyu*. Terdapat kelompok anak-anak muda Asian-Kanada yang melakukan ulang tarian grup k-pop yang ditonton oleh jutaan orang. Selain itu, duet yang dilakukan oleh penyanyi atau grup idola Korea Selatan dengan penyanyi *hollywood* terkenal, juga menjadi salah satu faktor mudahnya musik Korea di terima dalam industri musik Amerika Serikat.

Tulisan ini layak menjadi referensi dan membantu peneliti dalam melihat faktor pendorong Korea Selatan dalam memasuki pasar Amerika Serikat. Namun sayangnya, artikel jurnal ini hanya membahas faktor yang mendorong keberhasilan k-pop di industri musik Amerika Serikat, sedangkan peneliti akan melihat lebih lanjut bagaimana Korea Selatan mempopulerkan *hallyu* secara keseluruhan di Amerika Serikat. Hal ini jugalah yang menjadi pembeda antara artikel jurnal yang ditulis Sunsomboomthang dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

Referensi berikutnya berjudul “*Korean Dance Performance Influences On Prospective Tourist Cultural Products Consumption And Behavior Intention*” yang ditulis oleh Hye-eun Kwak, dkk. Penelitian ini berisi tentang pengaruh BTS pada konsumsi produk budaya Korea Selatan oleh publik dengan melakukan survei terhadap 230 orang calon wisatawan asal Amerika Serikat yang ingin mengunjungi

---

<sup>22</sup> Tinnaphop Sinsomboonthong, “Cultural Hybridity of K-Pop Music: From the West to South Korea, from South Korea to the Globe,” *Journal Of Language And Culture* 39, no. 2 (2020): 66–80, diakses 24 Mei 2021, [https://www.researchgate.net/publication/339777359\\_Cultural\\_Hybridity\\_of\\_K-Pop\\_Music\\_From\\_the\\_West\\_to\\_South\\_Korea\\_from\\_South\\_Korea\\_to\\_the\\_Globe](https://www.researchgate.net/publication/339777359_Cultural_Hybridity_of_K-Pop_Music_From_the_West_to_South_Korea_from_South_Korea_to_the_Globe).

Korea Selatan. Berdasarkan survei tersebut diketahui bahwa mereka ingin mengunjungi Korea karena BTS. Penampilan BTS yang menarikan tarian tradisional Korea Selatan *samgomu* atau yang lebih dikenal dengan “*Three Drum Dance*” pada acara Melon Music Awards menjadi sorotan dalam komunitas-komunitas *online* bahkan menjadi trending Twitter teratas pada tahun 2018. Hal ini kemudian membuat BTS menerima perhatian yang sangat besar dari penggemar-penggemar yang berada di Asia, Amerika, Eropa, hingga Afrika. Tarian tradisional Korea yang dibawakan oleh BTS dengan memadupadankan ritme dan teknik modern kemudian meningkatkan intensi penontonnya yang sebagian besar secara online melalui video-video yang tersebar di media sosial dalam konsumsi produk-produk budaya Korea Selatan. BTS berhasil mempresentasikan keindahan budaya Korea Selatan pada panggung tersebut sehingga membuat penontonnya merasa tertarik dan nyaman dengan budaya tradisional Korea Selatan bahkan membuatnya terdorong untuk berkunjung ke Korea Selatan.

Tulisan ini membantu peneliti dalam melihat pengaruh sebuah grup idola digunakan pemerintah Korea Selatan dalam memperkenalkan budaya tradisional yang indah untuk memikat hati publik negara lain. Sehingga artikel jurnal ini layak untuk menjadi referensi peneliti yang ingin melihat upaya Pemerintah Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* termasuk k-pop di Amerika Serikat. Perbedaan artikel jurnal ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada pendekatan yang digunakan. Artikel jurnal ini menggunakan pendekatan ekonomi sehingga bentuk penyajian datanya lebih bersifat kuantitatif. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan akan berbentuk penelitian kualitatif dalam menjelaskan upaya diplomasi publik.

## 1.7 Kerangka Konseptual

Penggunaan teori atau konsep dalam sebuah penelitian sangatlah dibutuhkan sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan yang ada serta membantu dalam menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan. Untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian, peneliti akan menggunakan diplomasi publik sebagai kerangka konseptual. Konsep ini sangat penting dalam menjawab pertanyaan penelitian yang muncul karena adanya anomali pada isu ini.

### 1.7.1 Diplomasi Publik

Dalam studi hubungan internasional, aktor-aktor pada saat ini tidak lagi hanya melakukan aksi-aksi koersif yang bersifat *hard politics*, namun juga telah banyak bergeser menjadi upaya *low politics* demi mempermudah pencapaian kepentingannya.<sup>23</sup> Salah satu bentuk *low politics* yang dilakukan oleh berbagai negara saat ini adalah diplomasi publik. Citra dan reputasi baik di seluruh dunia yang dicapai dengan daya tarik dan persuasi menjadi lebih penting bagi negara daripada wilayah, akses, dan bahan mentah yang sebelumnya secara tradisional diperoleh melalui aksi-aksi militer.<sup>24</sup>

Istilah diplomasi publik mulai dipakai pertama kali pada sebuah majalah Amerika Serikat yang maknanya lebih positif dari propaganda.<sup>25</sup> Namun saat ini istilah diplomasi publik memiliki banyak definisi dari berbagai ahli. Menurut

---

<sup>23</sup> Jan Melissen, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Palgrave Macmillan, 2005), diakses pada 24 Mei 2021, [http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft\\_power/The\\_New\\_Public\\_Diplomacy.pdf](http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy.pdf).

<sup>24</sup> Melissen, *The New Public Diplomacy*, 53.

<sup>25</sup> Nancy Snow, "Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Persuasion," *E-International Relations* (2012): 1–3, diakses pada 24 Mei 2021, <https://www.e-ir.info/2012/12/04/public-diplomacy-and-propaganda-rethinking-diplomacy-in-the-age-of-persuasion/>.

Munro, diplomasi publik secara sederhana dapat dilihat sebagai aktivitas komunikasi kepada publik asing yang banyak dilakukan oleh negara melalui program pertukaran pendidikan, seni, dan budaya.<sup>26</sup> Joseph Nye melihat diplomasi publik sebagai upaya yang digunakan oleh sebuah negara untuk mendapatkan *soft power* dan meningkatkan citranya di dunia. *Soft power* sendiri dapat dijelaskan sebagai “*The ability to get what do you want through the attraction rather than through coercion or payment*”, melalui *soft power* pihak asing akan melakukan hal yang kita inginkan tanpa diminta dan dipaksa. Hal ini, kemudian menjadi faktor yang mendorong negara berlomba-lomba dalam melakukan diplomasi publik yang dapat menarik perhatian publik asing agar mempermudah pencapaian kepentingan negaranya.

Sedangkan menurut Signitzer dan Coomb, diplomasi publik merujuk kepada upaya dimana pemerintah dan individu serta kelompok swasta mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung sikap dan opini publik yang berhubungan dengan kebijakan luar negeri pemerintah negara lain.<sup>27</sup> Melissen juga mendefinisikan diplomasi publik saat ini tidak lagi hanya berkaitan dengan pesan, kampanye promosi, atau bahkan kontak langsung pemerintah demi promosi kebijakan luar negerinya tapi juga membangun hubungan dengan masyarakat sipil negara lain dan memfasilitasi jaringan atau *networks* antara aktor non-pemerintah baik di dalam negeri maupun di negara lain. Jika dikaitkan pada penggunaan *hallyu* oleh Korea Selatan dalam hubungannya dengan Amerika Serikat, maka ini dapat dilihat sebagai aksi Korea Selatan mengikutsertakan berbagai aktor dalam

---

<sup>26</sup> Andre Munro, “public diplomacy,” *Encyclopaedia Britannica* (Britannica, 2017), diakses pada 24 Mei 2021, <https://www.britannica.com/topic/public-diplomacy>.

<sup>27</sup> Benno H. Signitzer dan Timothy Coombs, “Public relations and public diplomacy: Conceptual covergences,” *Public Relations Review* 18, no. 2 (1992): 137–147.

pelaksanaan diplomasi publiknya mulai dari kelompok bisnis, individu, hingga publik dan penggemar *hallyu* sehingga ini akan membentuk sebuah jaringan (*network*) dan menjadi lebih efektif dalam mendapatkan perhatian publik Amerika Serikat. Melalui definisi yang disampaikan oleh Signitzer dan Coomb serta Melissen dapat kita lihat bahwa terdapat perkembangan aktor yang awalnya hanya negara lalu meluas kepada aktor non-negara dalam pelaksanaan aktivitas diplomasi publik.

Perkembangan teori dan praktik diplomasi publik ini pada dasarnya tidak lepas dari pengaruh globalisasi dan penemuan teknologi. Nicholas J. Cull dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy And The Perspective lesson* mengatakan bahwa diplomasi publik telah memunculkan istilah *The New Public Diplomacy* atau diplomasi publik baru yang banyak dilakukan oleh hampir seluruh negara saat ini.<sup>28</sup> Diplomasi publik baru tersebut muncul sesuai dengan kondisi dunia saat ini yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet dan berita-berita internasional. Diplomasi publik baru menurut Gilboa merupakan upaya diplomasi publik yang lebih menekankan pada peningkatan atas pentingnya opini publik, penggunaan media global, pembentukan citra yang baik, dan manajemen informasi.<sup>29</sup> Aktivitas ini dijelaskan Nye sebagai bentuk diplomasi pada era informasi (*public diplomacy in an information age*) karena diplomasi ini menggunakan penyiaran (*broadcasting*), memberikan subsidi dalam ekspor produk budaya, dan membentuk kegiatan pertukaran (*exchange*) sebagai upaya membangun hubungan baik dengan

---

<sup>28</sup> Nicholas J Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, 2009,

<https://uscpublicdiplomacy.org/story/cpd-perspectives-public-diplomacy-lessons-past>.

<sup>29</sup> Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, (2008): 55–57,

<http://ann.sagepub.com/content/616/1/55>.

negara tersebut agar diplomasi publik dapat berhasil.<sup>30</sup> Hal ini juga disetujui oleh Fitzpatrick, salah satu ahli dengan berbagai tulisan dan fokus penelitian mengenai diplomasi publik khususnya diplomasi publik Amerika Serikat. Melalui tulisannya, beliau memaparkan bahwa pelaksanaan diplomasi publik di era digital (*the new public diplomacy*) sangat ditekankan pada aspek kolaborasi dan hubungan jangka panjang antara negara dengan aktor lain baik itu publik maupun sektor swasta.<sup>31</sup>

Agar diplomasi publik tersebut berhasil dan dapat memberikan *soft power*, negara kemudian melakukan berbagai aktivitas diplomasi publik. Sebagai upaya untuk memperoleh keberhasilan tersebut, Fitzpatrick membagi aktivitas diplomasi publik dalam enam kategori:<sup>32</sup>

- 1) *Advocacy / Influence*, yaitu upaya negara dalam mempengaruhi perilaku, tindakan, dan opini publik negara yang menjadi tujuan dari diplomasi publik tersebut. Aktivitas ini biasanya dilakukan dengan mengadvokasi kebijakan, nilai, dan cita-cita negara melalui media editorial dan penyiaran internasional sehingga publik asing tertarik dan terpengaruh dengan nilai-nilai serta kebijakan negara tersebut.
- 2) *Communication / Informational*, yaitu upaya sebuah negara dalam mengkomunikasikan dan menyampaikan kepada publik mengenai sebuah negara dan kebijakan yang diambil kepada pada publik melalui *face to face interaction*, wawancara dengan elit pemerintah juga relasi media.

---

<sup>30</sup> Joseph S. Nye Jr., "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, (2008): 94–109.

<sup>31</sup> Kathy Fitzpatrick, "Public Diplomacy in the Public Interest," *The Journal of Public Interest Communications* 1, no. 1 (2017): 79.

<sup>32</sup> Kathy R. Fitzpatrick, Jami Fullerton, dan Alice Kendrick, "Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual and Practical Connections," *Public Relations Journal* 7, no. 4 (2013): 1–21, <https://prjournal.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2013FitzpatrickFullertonKendrick.pdf>.

- 3) *Relational*, upaya negara untuk membangun relasi atau hubungan jangka panjang yang menguntungkan baik dengan negara yang menjadi target diplomasi publik, sektor swasta, maupun publik negara tersebut. Hal ini biasanya dilakukan melalui program pertukaran ahli maupun pelajar, kunjungan internasional, serta berbagai kerjasama lain yang mempermudah pelaksanaan diplomasi publiknya.
- 4) *Promotional*, upaya negara dalam mempromosikan dan ‘menjual’ aspek tertentu yang menjadi ciri khas sebuah negara seperti budaya kepada publik asing. Hal ini biasanya dilakukan melalui eksepsi budaya, pementasan seni, dokumenter dan film sehingga budaya negara tersebut bisa dilihat dan dikonsumsi oleh publik di negara yang menjadi target diplomasi publik.
- 5) *Political*, upaya yang dilakukan negara untuk bisa terlibat dan diperhitungkan dalam tatanan politik internasional yang biasanya dilakukan melalui pemberian bantuan teknis dan pengembangan serta program inisiasi demokrasi.
- 6) *Propaganda*, upaya yang dilakukan negara untuk mendukung dan memperkuat aksi militernya dalam menjamin keamanan nasional melalui *psychological warfare* dan *disinformation campaign*. Aksi ini biasanya juga dilakukan dengan penerbitan iklan dan artikel khusus pada media yang dibayar oleh pemerintah untuk mendapatkan perhatian dan dukungan publik.

Aktivitas diplomasi publik yang dijelaskan oleh Fitzpatrick dalam enam kategori tersebut peneliti anggap cocok menjadi pisau analisis penelitian ini. Pertama, hasil penelitian yang dilakukan memang menunjukkan adanya upaya yang

dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* hingga mendapat popularitas di Amerika Serikat. Kedua, konsep Fitzpatrick ini mampu mengakomodir semua bentuk aktivitas yang dilakukan sebuah negara dalam menjalankan diplomasi publiknya. Selain itu, Fitzpatrick juga menawarkan indikator yang lebih relevan dengan aktivitas diplomasi publik yang dijalankan pada era digital seperti saat ini. Sehingga pertanyaan yang peneliti ajukan menjadi relevan jika mengacu pada kepada konsep Fitzpatrick karena diplomasi publik Korea Selatan pada masa pemerintahan Moon Jae In memang dilakukan menggunakan berbagai media digital di tengah arus informasi dan teknologi yang sangat pesat.

## 1.8 Metode Penelitian

Metodologi memiliki peran yang sangat penting sebagai acuan dan prosedur yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh pengetahuan dari topik ini sebagai bagian dari kajian hubungan internasional.

### 1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang berarti bahwa penelitian akan ditekankan pada pencarian fakta dan data terkait diplomasi publik yang dilakukan sebuah negara.<sup>33</sup> Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif karena akan banyak menggambarkan *hallyu* dan upaya diplomasi publik Korea Selatan yang didapatkan dari berbagai sumber yang dapat dipercaya. Penelitian jenis ini dipilih agar peneliti bisa dengan leluasa

---

<sup>33</sup> Pamela Maykut dan Richard Morehous, "Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide" dalam Umar Suryadi Bakry, "Metode Penelitian Hubungan Internasional", Yogyakarta: Pustaka Pelajar (2016): 18 - 20.

menjelaskan dan menggambarkan upaya diplomasi publik Korea Selatan hingga mencapai keberhasilan di Amerika Serikat.

### 1.8.2 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tetap berpijak pada fokus utamanya dan tidak meluas ke berbagai bahasan yang menjadikannya jauh dari pokok permasalahan, maka peneliti menetapkan batasan untuk penelitian ini yaitu dalam kurun waktu 2017-2021. Periode ini dipilih karena sesuai dengan masa awal pemerintahan presiden Moon Jae In yang menjadi fokus pelaksanaan *hallyu* yang peneliti angkat. Pada tahun 2017 presiden Moon Jae In pertama kali diangkat sebagai pemimpin tertinggi Korea Selatan dan memfokuskan diplomasi publiknya dengan menyebarkan *hallyu* secara global termasuk Amerika Serikat. Selanjutnya, pada tahun ini pula hubungan antara Korea Selatan dan Amerika mengalami kerenggangan sehingga berbagai upaya harus dilakukan oleh Korea Selatan agar bisa sukses menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat.

### 1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit Analisis berdasarkan penjelasan dari Mohtar Mas' oed adalah objek atau unit yang perilakunya hendak dideskripsikan, dijelaskan, dan diramalkan.<sup>34</sup> Unit ini juga sering disebut sebagai variabel dependen. Unit analisis dalam penelitian ini adalah upaya Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat pada masa pemerintahan Presiden Moon Jae In yang dilakukan untuk memperbaiki *image* Korea Selatan pada masyarakat Amerika Serikat.

---

<sup>34</sup> Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi* (Jakarta, 1990), diakses pada 6 Mei 2021, <https://sespim.lemdiklat.polri.go.id/repository/repository/19046d29da575bd76967b6cad7668d26.pdf>.

Sedangkan unit yang akan mempengaruhi atau berdampak terhadap unit analisis yang perilakunya akan kita amati merupakan unit eksplanasi atau disebut juga dengan variabel independen.<sup>35</sup> Unit eksplanasi atau variabel independen sangatlah penting karena dapat menjelaskan unit atau objek yang perilakunya akan diamati, didefinisikan, serta diramalkan. Unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah persebaran *hallyu* di Amerika Serikat yang dilihat memiliki pengaruh terhadap pelaksanaan upaya diplomasi publik Korea Selatan ini.

Penentuan unit analisis dan unit eksplanasi ini sangat penting guna menemukan sasaran tingkat atau level analisis yang tepat. Dalam bukunya Mohtar Mas'ood juga menjelaskan bahwa level analisis merupakan tingkatan objek atau unit yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian.<sup>36</sup> Lebih lanjut, beliau mengemukakan lima tingkatan analisis yang digunakan dalam sebuah penelitian yaitu tingkat individu, kelompok individu, negara-bangsa, kelompok negara bangsa, dan sistem internasional.<sup>37</sup> Berdasarkan hal tersebut, tingkat analisis dari penelitian ini adalah tingkat negara-bangsa karena masalah yang disoroti merupakan upaya diplomasi publik Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat yang termasuk dalam perilaku negara dalam memperbaiki *image*-nya dan mempengaruhi kebijakan negara lain melalui publik negara tersebut demi pencapaian kepentingannya yang lebih mudah.

#### 1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder dan teknik pengumpulan data berupa *library research* atau studi kepustakaan. Studi pustaka

---

<sup>35</sup> Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*, 39 .

<sup>36</sup> Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*, 40.

<sup>37</sup> Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*, 46.

pada dasarnya adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui berbagai sumber bacaan dan literatur akademik seperti jurnal, buku, majalah, berita, dan *website*. Data yang akan dikumpulkan adalah terkait dinamika hubungan Korea Selatan dengan Amerika Serikat yang didominasi aspek keamanan dan ekonomi, perkembangan *hallyu* sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan, serta upaya-upaya diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan sehingga berhasil menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat. Pengumpulan berbagai data yang dijelaskan di atas akan dilakukan dengan menggunakan kata kunci diplomasi publik, *image*, *hallyu*, *korean wave*, *k-pop*, dan *United States* sehingga mempermudah penemuan data yang sesuai.

Merujuk kepada kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, data untuk menganalisis indikator *advocacy/influence* diambil melalui *website* kedutaan Korea Selatan untuk Amerika Serikat <https://overseas.mofa.go.kr/> dan berbagai akun media sosial pemerintah Korea Selatan seperti @msctkorea, @RokEmbDC, @kocis\_mcst, @KOREA.net, serta berbagai akun media sosial lain yang media digital resmi dalam melakukan advokasi dengan mengunggah konten *hallyu*. Peneliti akan melihat aktivitas media sosial pemerintah Korea Selatan tersebut serta dokumen-dokumen kebijakan yang berkaitan dengan *hallyu*.

Selanjutnya, data untuk menganalisis indikator *communication/informational* didapatkan melalui *website* resmi berbagai media televisi Amerika Serikat seperti CBC, CNN, Bloomberg, dan berbagai kanal Youtube sebuah media berita yang menampilkan aktivitas wawancara elit pemerintah Korea Selatan. Kemudian data untuk menganalisis indikator *relational* diambil melalui *website*,

dokumen, serta artikel mengenai program pertukaran yang mengikutsertakan *hallyu* di dalamnya, kerja sama dengan Amerika Serikat baik dengan pemerintahnya maupun kelompok bisnis seperti Netflix dan CJ ENM sehingga memudahkan penyebaran *hallyu*, serta berbagai aktivitas lainnya yang berdampak terhadap hubungan jangka panjang Korea Selatan dan Amerika Serikat yang lebih baik. Data untuk indikator *promotional* juga akan diambil melalui *website* KCON Amerika Serikat <https://www.kconusa.com> serta berbagai *website* dan laporan pelaksanaan program promosi kebudayaan seperti pementasan dan eksebisi.

Dalam menganalisis indikator *political*, peneliti akan mengambil data tersebut dari laporan kementerian luar negeri Korea Selatan serta melalui *website* agensi berita terbesar Korea Selatan yaitu <https://m-en.yna.co.kr/>. Sedangkan data untuk indikator *propaganda*, akan peneliti ambil dari berbagai berita dan media massa yang memuat upaya Korea Selatan baik dalam membayar iklan untuk membentuk citra yang baik maupun penyebaran informasi yang salah untuk membentuk opini publik.

#### 1.8.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini memiliki pendekatan kualitatif yang akan difokuskan pada analisis mengenai upaya diplomasi publik Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat melalui data-data sekunder seperti jurnal, laporan, dan surat kabar yang membutuhkan pemahaman serta analisis terhadap sumber tersebut secara menyeluruh. Berdasarkan pemikiran Miles, Huberman, dan Saldana terdapat

tiga alur kegiatan yang akan dilewati untuk menganalisis data dalam penelitian kualitatif, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan:<sup>38</sup>

a. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan proses memilih, menyederhanakan, memusatkan, atau mengabstraksi data yang muncul dari berbagai sumber empiris. Dalam penelitian ini, kondensasi data akan dilakukan dengan menggunakan kata kunci diplomasi publik, *image*, *hallyu*, *korean wave*, *k-pop*, dan *United States* dalam proses pencarian data agar dapat memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

b. Penyajian Data

Penyajian data secara sederhana adalah pengorganisasian dan penyusunan data yang memungkinkan penyimpulan atas suatu aksi. Penyajian data ini bisa dilakukan dalam berbagai bentuk seperti uraian dan tabel. Dalam penelitian ini, data-data yang telah dikumpulkan melalui sumber sekunder mengenai aktivitas diplomasi publik Korea Selatan akan peneliti sajikan berdasarkan kategori aktivitas diplomasi publik Fitzpatrick melalui uraian atau teks yang bersifat naratif. Penggunaan tabel juga akan dilakukan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis yang terakhir adalah penarikan kesimpulan terhadap data yang telah disajikan. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan akan dimudahkan dengan adanya pengkategorian data yang sudah disajikan

---

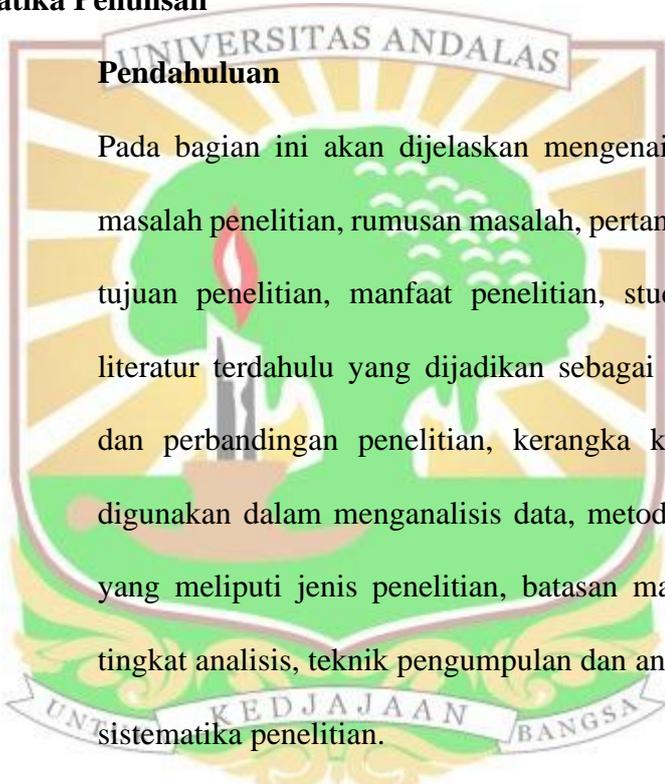
<sup>38</sup> Michael Huberman and Matthew B. Miles, "Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook," 3rd Edition (SAGE Publications, 2014), 3–16, <http://www.uk.sagepub.com/books/Book239534?siteId=sage-uk>.

berdasarkan taksonomi diplomasi publik Fitzpatrick sehingga terlihat dengan jelas upaya-upaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat. Selanjutnya, dari berbagai upaya tersebut, akan dilihat upaya mana yang kemudian paling sering dilakukan sehingga *hallyu* bisa meraih kesuksesan dan berhasil mengubah persepsi publik Amerika Serikat.

## 1.9 Sistematika Penulisan

### BAB I

#### Pendahuluan



Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka dari literatur terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan penelitian, kerangka konseptual yang digunakan dalam menganalisis data, metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, batasan masalah, unit dan tingkat analisis, teknik pengumpulan dan analisis data, serta sistematika penelitian.

### BAB II

#### Dinamika Hubungan Korea Selatan dan Amerika Serikat

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hubungan bilateral antara Korea Selatan dan Amerika Serikat yang dimulai pada masa perang hingga masa pemerintahan Moon Jae In sebagai presiden Korea Selatan. Pembahasan pada bab ini akan memperlihatkan dinamika hubungan kedua negara baik pada

tingkat pemerintah maupun pada masyarakatnya yang membuat Korea selatan merasa perlu untuk melakukan upaya diplomasi publik.

### **BAB III Hallyu Sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan**

Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana program *hallyu* yang dijalankan oleh Korea Selatan mulai dari gelombang pertama sampai saat ini hingga menuai keberhasilan dan menjadi instrumen penting dalam pelaksanaan diplomasi publik bagi negara tersebut.

### **BAB IV Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Menyebarkan *Hallyu* di Amerika Serikat**

Pada bagian ini akan berisikan analisis dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu upaya-upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* di Amerika Serikat hingga sukses mempengaruhi persepsi publik negara tersebut menjadi lebih baik terhadap Korea Selatan.

### **BAB V Penutup**

Bagian ini merupakan bagian terakhir yang akan berisikan kesimpulan dan saran terkait penelitian topik ini.

