

**UPAYA DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN
KE AMERIKA SERIKAT**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*



Pembimbing I: Anita Afriani Sinulingga, S.IP, M.Si

Pembimbing II: Diah Anggraini Austin, S.IP, M.Si

**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2023

ABSTRAK

Proses masuknya *hallyu* ke Amerika Serikat mengalami hambatan berupa persepsi negatif yang muncul dari publik Amerika Serikat. Pemerintah Korea Selatan terus berupaya hingga *hallyu* pada akhirnya dapat diterima di Amerika Serikat. Namun pemerintah Korea Selatan menghadapi tantangan terutama dalam memaksimalkan potensi dari *hallyu* sehingga pemerintah melibatkan aktor privat dalam pelaksanaan diplomasi publik. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagaimana upaya diplomasi publik Korea Selatan ke Amerika Serikat dengan meninjau keterlibatan pemerintah dan SM Entertainment sebagai aktor privat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya dari SM Entertainment sebagai aktor privat dan pemerintah Korea Selatan, serta kemitraan antara pemerintah-privat dalam pelaksanaan diplomasi publik, khususnya ke Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis dengan teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi publik yang meninjau upaya diplomasi publik berdasarkan konsep yang dijelaskan oleh Candace L. White. Penelitian ini menemukan bahwa pemerintah Korea Selatan dan SM Entertainment memenuhi upaya diplomasi publik yang mencakup *foreign policy/political communication*, *cultural diplomacy*, *foreign investment*, *branding (nation/place/destination)*, *brand/product/export*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Namun dalam pelaksanaan diplomasi publik ke Amerika Serikat, pemerintah Korea Selatan membutuhkan kerja sama dengan SM Entertainment untuk memenuhi indikator *branding*. Hal menarik yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu ditemukan keterlibatan selebriti dalam seluruh kontribusi oleh SM Entertainment.

Kata Kunci: SM Entertainment, Diplomasi Publik, *Hallyu*, Korea Selatan, Amerika Serikat



ABSTRACT

The process of Hallyu entering the United States has faced obstacles in the form of negative perceptions that have emerged from the American public. The South Korean government has continuously strived to ensure that Hallyu is eventually embraced in the United States. However, the South Korean government has encountered challenges, particularly in maximizing the potential of Hallyu, prompting them to involve private actors in public diplomacy. This raises the question of how South Korea's public diplomacy efforts in the United States are carried out, considering the involvement of both the government and SM Entertainment as private actors. The aim of this research is to describe and analyze the efforts of SM Entertainment as a private actor and the South Korean government, as well as the partnership between government and private entities in the implementation of public diplomacy, specifically towards the United States. This research employs a qualitative methodology with an analytical descriptive approach, utilizing a literature review as the data collection technique. This study utilizes the concept of public diplomacy, examining public diplomacy efforts based on the concepts outlined by Candace L. White. The research findings indicate that both the South Korean government and SM Entertainment fulfill public diplomacy efforts, encompassing foreign policy/political communication, cultural diplomacy, foreign investment, branding (nation/place/destination), brand/product/export, and Corporate Social Responsibility (CSR). However, in the execution of public diplomacy in the United States, the South Korean government requires collaboration with SM Entertainment to meet branding indicators. An interesting aspect revealed in this research is the involvement of celebrities in all contributions made by SM Entertainment.

Keywords: SM Entertainment, Public Diplomacy, Hallyu, South Korea, United States.

