

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Hubungan negara Korea Selatan dan Jepang hingga saat ini masih kurang harmonis dikarenakan adanya isu-isu yang belum terselesaikan antara kedua negara. Isu-isu seperti segketa pulau Dokdo/Takeshima dan isu “*comfort women*” atau perempuan-perempuan Korea Selatan yang pernah dijadikan sebagai budak seks oleh militer Jepang semasa kependudukan Jepang atas Korea Selatan selama 35 tahun.¹ Hal ini menimbulkan perasaan superior dalam diri orang Jepang yang kemudian mempengaruhi sikap orang Jepang terhadap orang-orang Korea Selatan. Isu lainnya adalah upacara mengenang jiwa warga-warga Jepang oleh pejabat Jepang yang berkorban untuk negara sejak tahun 1853 di kuil Yasukuni, hal ini menimbulkan reaksi kemarahan dari warga Korea Selatan.² Hal tersebut sama saja dengan menghormati penjahat perang pada era Perang Pasifik.³

Jepang dengan Korea Selatan memiliki hubungan dimana dalam beberapa hal kedua negara tersebut memiliki persamaan yang sangat mirip antara satu sama lain. Contohnya, kesamaan budaya yang terlihat misalnya dari cara-cara berpikir dan dasar moral orang Jepang dan Korea yang sama-sama terbentuk dari ajaran Kong Hu Chu, kemudian carapenulisan yang

¹ Ida Ayu Pawitra Sari, Skripsi, “*Peran Korean Wave (Hallyu) dalam Perkembangan Kerja sama Kebudayaan Jepang – Korea*”, hal 1.

² Putri Erfya Humaerah, Skripsi, “*Dinamika Hubungan Jepang – Korea Selatan dalam Perspektif Budaya Politik*”, (Makassar, Universitas Hasanuddin, 2014), hal 1.

³ Ibid.

digunakan juga sama yaitu *Kanji* oleh bangsa Jepang atau dalam Bahasa Korea disebut *Hanja*.⁴ Hubungan bilateral Korea Selatan dan Jepang membaik setelah menyelenggarakan Piala Dunia 2002 di kedua negara tersebut. Hal ini menjadi momentum kebangkitan Asia terutama di bidang olahraga. Rumitnya konflik di kawasan Asia Timur tidak menjadi hambatan kedua negara dalam menjadi tuan rumah Piala Dunia. Pelaksanaan even olahraga berskala global ini tentu dibayangi oleh konflik-konflik berkepanjangan di kawasan, namun dengan suksesnya pelaksanaan, setidaknya menjadikan hubungan kedua negara tersebut menuju ke level yang lebih tinggi.⁵

Menyadari kemungkinan munculnya dampak negatif dari hubungan yang tidak harmonis, Jepang dan Korea Selatan telah aktif membangun kerjasama sejak tahun 1965. Kerjasama tersebut dilakukan dalam berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial dan budaya. Dua dekade sebelumnya, Korea Selatan secara resmi melarang impor produk budaya Jepang, hingga pada tahun 1998 dimana Korea Selatan dan Jepang menandatangani kerjasama yang bernama *Joint Declaration of the New 21st Century Korea-Japan Partnership*.⁶ Pada akhirnya diharapkan bahwa kerja sama ini dapat memperbaiki hubungan bilateral kedua negara tersebut.

⁴ Monica Rizky Rose Ario, Skripsi, “*Pengaruh Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan terhadap Jepang (Studi Kasus: Korean Wave di Jepang)*”, (Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), hal 4.

⁵ Victor D. Cha, “*Japan-Korea Relations: The World Cup and Sports Diplomacy*”, (United State: University of Georgetown, 2005), hal 38.

⁶ Japan-ROK Joint Declaration a new Japan_ROK Partnership towards the 21st Century, diakses dari <http://mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/joint9810.html> pada tanggal 6 Maret 2017.

Salah satu bidang kerja sama adalah budaya dari Korea Selatan menyadari bahwa hal ini dapat memberi nilai tambah terhadap peningkatan kepercayaan baik secara internal maupun eksternal. Isu budaya diusahakan terintegrasi dalam kegiatan diplomatik sehingga akan memberikan kontribusi untuk meningkatkan *bargaining position* Korea Selatan di dunia internasional yang nantinya akan memberikan kontribusi untuk memperkuat daya saing keseluruhan masyarakat internasional.⁷

Kerja sama di bidang budaya ini didasari oleh Kebijakan *For A Global Korea* yang didokumentasikan ke dalam *Diplomatic White Paper* tahun 2008. Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan Korea menjelaskan dalam *Diplomatic White Paper* bahwa pemerintah memperkenalkan budaya Korea Selatan ke dunia internasional untuk mendorong diplomasi publik melalui produk budaya seperti musik, film dan drama televisi yang menggambarkan kebudayaan Korea Selatan.⁸

Fenomena *Korean Wave* atau dapat disebut juga dengan istilah *Hallyu* adalah istilah yang merujuk kepada popularitas budaya pop Korea Selatan di luar negeri. Genre *Korean Wave* berkisar dari film, drama televisi dan musik pop (K-Pop). Istilah *Hallyu* berasal dari kata *hal* dan *lyu*, yang tidak hanya mengidentifikasi tren budaya populer namun juga sebagai gerakan perubahan masal ideologi ekonomi politik menjadi paradigma atau peradaban populer.

⁷ Monica Rizky Rose Ario, Skripsi, “*Pengaruh Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan terhadap Jepang (Studi Kasus: Korean Wave di Jepang)*”, (Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), hal 5.

⁸ Adina Dwirezanti, “*Budaya Populer Sebagai Alat Diplomasi Publik: Analisa Peran Korea Wave dalam Diplomasi Publik Korea Periode 2005-2010*”, (Depok: Universitas Indonesia, 2012), hal.32.

Korean Wave bertujuan untuk menyebarkan asimilasi budaya populer Asia Timur dan budaya barat tetapi juga menginisiasi perubahan modernitas di dunia internasional.⁹ Istilah *Hallyu* pertama kali diciptakan oleh jurnalis yang berasal dari Tiongkok pada pertengahan tahun 1999 yang mendefinisikannya sebagai sebuah kemunculan pergerakan budaya regional dalam bidang budaya populer Asia dan di saat yang sama, hal ini menjadi contoh besar dari perluasan budaya Korea Selatan.¹⁰ Fenomena ini meluas ke penjuru-penjuru duniadan Jepang tidak luput dari perluasan dari *Korean Wave* tersebut, pemerintah Korea Selatan sangat menyadari bahwa film dapat menjadi media untuk peningkatan pemahaman budaya antarnegara dan alat diplomasi. Strategi inovatif yang dilakukan oleh pemerintah dengan industri budaya Korea Selatan mengingat keberhasilan ekspor budaya Korea Selatan tersebut tidak hanya sukses di Jepang tetapi juga negara-negara lain. Eksistensi dan keberhasilan Korea Selatan dalam meningkatkan sebuah industri berbasis kebudayaan itulah yang kemudian menjadikan relasi atau hubungan antara negara Korea Selatan dan Jepang menjadi lebih baik.¹¹

Pemerintah Korea Selatan menunjuk Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan atau *Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST)* untuk membentuk badan dalam rangka menyebarkan *Korean Wave*.

Departemen-departemen di bawah *MCST* tersebut memainkan perannya

⁹ Yovianka Fitra Junastya, Jurnal Hubungan Internasional, "Diplomasi Publik Korea Selatan melalui Program *Korean Wave* di Uni Eropa", (Padang: Universitas Andalas, 2016), hal 5.

¹⁰ Mareta Chairani Kaurow, Jurnal Hubungan Internasional, "Strategi Korea Selatan dalam Ekspor Produk *Korean Waves* ke Jepang", Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 2013, hal 602.

¹¹ Mareta Chairani Kaurow, Jurnal Hubungan Internasional, "Strategi Korea Selatan dalam Ekspor Produk *Korean Waves* ke Jepang", 2013, hal 605.

masing-masing.¹² *Korea Creative Content Agency* merupakan agensi yang mendukung pembuatan dan produksi konten-konten kebudayaan Korea Selatan, seperti; film, *game*, animasi, musik, kartun dan lain-lain. MCST berperan dalam memperkenalkan *Korean Wave* baik dalam ranah domestik maupun internasional. Dalam penjelasannya menyebutkan bahwa;

*The ministry has set up public relation offices overseas called "Korean Plaza" to strengthen the country's images trough globalization oh hallyu, the boom of Korean pop culture overseas. In particular, the government will support exchanges of cultural content with foreign countries away from unilateral or export oriented activities...*¹³

MCST terdiri dari banyak departemen yang beberapa diantaranya bertanggung jawab atas penyebaran kebudayaan, seperti; *Korea Creative Content Agency (KOCCA)* dan *Korean Tourism Organization* dan *Korea Foundation for International Cutural Exchange (KOFICE)*.

KOCCA juga terdiri dari badan-badan pendukung lainnya, di antaranya; *Korea Brodcasting Institute*, *Korea Game Development and Promotion Institute*, *Korea Culture and Content Center*, *Digital Contents Business of The Korea SW Industry Promotion Agency*.¹⁴ Dengan meningkatnya hubungan kedua negara dalam bidang kebudayaan, diharapkan

¹² Ibid.

¹³ Nia Putri Wardhani, Jurnal Hubungan Internasional, *Analisa Hallyu Sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan ke Jepang Tahun 2005-2012*", 2009, Universitas Brawijaya hal 12.

¹⁴ Indah Chartika Sari, Jurnal Hubungan Internasional, "Hallyu sebagai Fenomena Transnasional", (Pekanbaru: Universitas Riau), hal 3.

bisa berimbang kepada kerja sama politik, ekonomi dan keamanan kedua negara tersebut.

Dengan adanya berbagai kerja sama budaya, baik negara Jepang dan Korea Selatan menjadi saling terbuka untuk menerima kebudayaan satu sama lain. Kerja sama budaya ini menghasilkan budaya populer, yang meliputi serial drama televisi, musik, film, animasi, fashion, game dan lain sebagainya.¹⁵ Budaya populer memberikan penonton suatu gambaran yang berhubungan dengan sandiwara sosial mengenai karakter, hubungan emosi dan ketertarikan, sehingga di dalam penyebaran budaya populer terdapat persaingan untuk mendapatkan perhatian serta memenangkan hati konsumen. Beberapa drama Korea yang populer di Jepang setelah *Winter Sonata* adalah *Beautiful Days*, *Autumn in My Heart*, *Stairway to Heaven*, *All in*, *Jewel in The Palace*, dan lain-lain. Selain itu beberapa film Korea yang berhasil mencapai box office di Jepang pada tahun 2005 adalah *Windstruck*, *April Snow*, dan *A Moment to Remember*.¹⁶

Film Korea juga memiliki ciri khas tersendiri yang sesuai dengan sifat masyarakat Asia sehingga mudah dipahami serta menggambarkan keadaan Korea Selatan itu sendiri, misalnya dalam film *Shiri* menggambarkan sikap Korea Selatan dalam mengendalikan isu sensitif hubungan inter-Korea. Kementerian Budaya, olahraga dan pariwisata Korea Selatan menyatakan bahwa pada tahun 2012 tercatat 44.18 juta orang menonton film Korea yang

¹⁵Ibid, hal 2.

¹⁶ Mareta Chairani Kaurow, Jurnal Hubungan Internasional, “*Strategi Korea Selatan dalam Ekspor Produk Korean Waves ke Jepang*”, Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 2013, hal 607.

merupakan jumlah tertinggi sejak 2006 di Jepang.¹⁷ Tidak hanya film, musik Korea Selatan atau dikenal juga dengan sebutan K-Pop juga turut berandil besar dalam menyebarkan *Hallyu* ke dunia internasional. Sejak diperkenalkan *Hallyu* ke dunia internasional pada pertengahan tahun 2000, K-Pop telah menarik banyak penggemar dari kawasan Asia dan terus menyebar ke Eropa, Amerika Serikat dan Amerika Selatan.¹⁸

K-Pop benar-benar mendunia sejak munculnya Gangnam Style yang dipopulerkan oleh Psy yang *release* pada akhir tahun 2012. Lagu tersebut merupakan judul lagu K-Pop pertama yang menduduki peringkat pertama pada *British Official Singles Chart*, dan peringkat ke-2 pada *Billboard Hot 100* di Amerika Serikat selama 7 minggu berturut-turut. Lagu ini juga dilihat oleh 2 milyar pengunjung Youtube per November 2014.¹⁹ Suksesnya K-Pop mendunia lewat “Gangnam Style” didahului oleh meroketnya grup idol K-Pop seperti TVXQ, Super Junior, Bing Bang, 2NE1, Beast, Girl’s Generation, 2PM dan Wonder Girls yang mendominasi pasar musik pop di wilayah Asia. TVXQ mengadakan tur konser sebanyak 65 kali di Jepang sejak tahun 2006 hingga 2012 dan menarik sekitar 700.000 penggemar serta menjual lebih 6,3 juta album.²⁰

¹⁷ Shim Sun-ah, *Korean Films Drew Record Audience in First Half: Ministry*. Diakses dari <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2012/07/03/0200000000AEN201207033007100315.html> pada tanggal 5 Mei 2017.

¹⁸ Hallyu (Gelombang Korea), diakses dari <http://id.korean-culture.org/id/144/korea/46#sthash.gQwa4F5h.dpuf> pada tanggal 5 Mei 2017.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

Bentuk lain dari interaksi kebudayaan kedua negara yaitu kerja sama dalam memproduksi film dan musik. Hal ini dilakukan sejak Korea Selatan telah mencabut larangan impor kebudayaan Jepang di akhir tahun 1998.²¹ Salah satu contoh film yang dihasilkan dari kerja sama masyarakat dan elit Jepang dengan Korea Selatan adalah film *Lady Detective* dan “*Star: Radiant Love*” di tahun 2012. Kerja sama dalam memproduksi film ini memang tidak secara langsung melibatkan pemerintah kedua negara, namun hal itu dapat dilihat sebagai bentuk ketertarikan masyarakat Jepang terhadap Korea Selatan.²²

1.2 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka dinamika hubungan Jepang dan Korea Selatan ini kemudian menjadi menarik untuk diteliti, sebab hubungan kedua negara ini memiliki hubungan yang pasang-surut. Satu sisi kedua negara memiliki banyak kesamaan dan kepentingan dalam hal budaya. Namun di sisi lain, sejarah lebih memihak kepada Jepang karena Korea Selatan pernah menjadi korban kolonialisme Jepang selama 35 tahun. Sejak saat itu, Korea Selatan secara resmi melarang impor produk budaya Jepang. Larangan ini dihapuskan pada tahun 1998 yang ditandai dengan penandatanganan kerja sama yang bernama *Joint*

²¹ Chua B.H. and Iwabuchi K., dalam Dinara Kozhakhmetova. 2012. *Soft Power of Korean Pop Culture in Japan: K-Pop Avid Fandom in Tokyo* hal 3.

²² Ida Ayu Pawitra Sari, Skripsi, “Peran Korean Wave (Hallyu) dalam Perkembangan Kerja sama Kebudayaan Jepang – Korea”, hal 1. da Ayu Pawitra Sari, Skripsi, “Peran Korean Wave (Hallyu) dalam Perkembangan Kerjasama Kebudayaan Jepang – Korea”, hal 4.

Declaration of The New 21st Century Korea-Japan Partnership. Jepang menerima *Hallyu* dengan sangat terbuka dan disukai oleh masyarakat Jepang karena kedua negara memiliki kesamaan dalam hal kebudayaan satu sama lainnya.²³ Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa fenomena *Hallyu* dapat dijadikan sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan di Jepang sebagai upaya memperbaiki hubungan kedua negara serta meningkatkan kerja sama dalam bidang politik, ekonomi, keamanan, sosial dan budaya untuk masa yang akan datang. Kedua negara sepakat untuk melakukan kerja sama dan berinteraksi dalam bidang kebudayaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas pertanyaan yang nantinya akan diangkat melalui penelitian ini adalah: “*Bagaimana upaya diplomasi publik Korea Selatan melalui Korean Wave ke Jepang tahun 2008-2012?*”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi dan pengetahuan tentang diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang.
2. Mendeskripsikan bagaimana diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

²³Monica Rizky Rose Ario, Skripsi, “*Pengaruh Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan terhadap Jepang (Studi Kasus: Korean Wave di Jepang)*”, (Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), hal 5.

1. Manfaat secara akademis dalam rangka menawarkan pengetahuan tentang *Korean Wave* yang dilakukan oleh Korea Selatan ke Jepang.
2. Untuk masyarakat luas, hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang.

1.6 Studi Pustaka

Ada beberapa studi kasus yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi tersebut akan menjadi referensi utama dalam penelitian ini. Diantaranya adalah yang ditulis oleh **Mareta Chairani Kaurow** “Strategi Korea Selatan dalam Ekspor Produk Korean Waves ke Jepang”.²⁴ Korea Selatan mampu bangkit dari salah satu negara yang paling miskin padatahun 1950 di dunia, menjadi salah satu dari sedikit negara yang berkembang dan terkaya pada dekade 1990 dan berhasil memasuki jenjang elit negara industri dunia. Dengan pendapatan per kapita per tahun lebih dari USD 20.000 dan memiliki cadangan devisa senilai USD 525,4 milyar, Korea Selatan telah menempatkan posisi sebagai ekonomi ke-11 terbesar dunia.²⁵

Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Korea Selatan adalah ekspor budaya. Pada akhir tahun 1990, program televisi Korea Selatan, film, dan musik pop telah diekspor ke negara-negara di Asia yang kemudian menjadi sangat populer. Fenomena ini dikenal dengan istilah

²⁴ Mareta Chairani Kaurow, *Strategi Korea Selatan dalam Ekspor Produk Korean Waves ke Jepang*, Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 2013, hal 601.

²⁵ Ibid.

Korean Waves atau dapat disebut juga dengan istilah *Hallyu*. Istilah *Hallyu* pertama kalinya diciptakan oleh seorang jurnalis yang berasal dari Beijing pada pertengahan tahun 1999. *Korean Waves* atau Gelombang Korea didefinisikan sebagai sebuah kemunculan pergerakan budaya regional dalam bidang budaya populer Asia, dan di saat yang sama, hal ini adalah contoh besar dari perluasan budaya. Fenomena ini berhubungan erat dengan formulasi, promosi, dan pengaruhnya. Penelitian ini berkontribusi terhadap bagaimana *Hallyu* diterima di Jepang dan bagaimana upaya pemerintah Korea Selatan di dalamnya. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Mareta dengan penelitian penulis hanya melihat bagaimana *Hallyu* bisa diterima dan berkembang di Jepang pada tahun 2008 sampai 2012.

Tulisan berikutnya berasal dari **Yovianka Fitra Junastya** dalam tulisannya “Diplomasi Publik Korea Selatan melalui program Korean Wave di Uni Eropa”.²⁶ Yovianka memaparkan secara terminologi kata *hallyu* berasal dari kata *hal* dan *lyu*, yang tidak hanya mengindikasikan tren budaya populer, namun juga gerakan perubahan masalah ideologi ekonomi politik menjadi paradigma budaya atau peradaban. Oleh sebab itu, *Korean Wave* bukan hanya menginisiasi perubahan modernitas, akan tetapi juga bertujuan untuk menyebarkan asimilasi budaya populer Asia Timur dan budaya barat.

²⁶ Yovianka Fitria Junastya, Jurnal Hubungan Internasional, “Diplomasi Publik Korea Selatan melalui Program Korean Wave di Uni Eropa, 2016, hal 3.

Kebijakan *For a Global Korea* yang dikeluarkan oleh pemerintah Korea Selatan dituangkan dalam sepuluh agenda, beberapa diantaranya adalah mengadopsi program “*Korean Wave*”, mengembangkan teknologi seni negara, dan pemeliharaan industri budaya dan pariwisata. Fokus utama kebijakan *For A Global Korea* oleh pemerintahan Lee Myung Bak adalah untuk melihat adanya pasar baru untuk menaikkan *brand image* dengan lebih mengedepankan sisi budaya Korea yang sangat berkontribusi dalam perekonomian nasional. Berhasilnya penyebaran *Korean Wave* di negara-negara Asia dan Amerika membuat Pemerintah Republik Korea menjadikan Uni Eropa sebagai target baru dalam penyebaran *Korean Wave*. Ekspansi budaya Korea ke Uni Eropa merupakan salah satu upaya penerapan kebijakan baru pemerintahan Lee Myung Bak dengan target Uni Eropa.²⁷ Penelitian ini berkontribusi tentang *Diplomatic White Paper* yang dikeluarkan oleh pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan popularitas *Hallyu* di mata dunia internasional.

Indah Chartika Sari dalam jurnalnya yang berjudul “*Hallyu sebagai Fenomena Transnasional*”,²⁸ memaparkan bahwa pemerintah Korea Selatan menunjuk Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan atau *Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST)*. MCST terdiri dari banyak departemen yang beberapa diantaranya bertanggung jawab atas penyebaran kebudayaan, seperti; *Korea Creative Content Agency (KOCCA)*, *Korean*

²⁷Ibid. 3.

²⁸ Indah Chartika Sari, Jurnal Hubungan Internasional, “*Hallyu sebagai Fenomena Transnasional*”, 2014, hal 4.

Tourism Organization dan Korea Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE). Departemen dibawah MCST tersebut memainkan perannya masing-masing. *Korea Creative Content Agency* merupakan agensi yang mendukung pembuatan dan produksi konten-konten kebudayaan Korea Selatan, seperti; film, *game*, animasi, musik, kartun dan lain-lain.²⁹

Hallyu membawa empat misi kebudayaan, diantaranya; pembentukan citra positif, merubah perspektif atau pandangan negara lain, menggalang dukungan atas suatu kebijakan luar negeri, membentuk penilaian baik terhadap pemimpin atau dukungan domestik terhadap pemerintah. Misi-misi tersebut yang menjadi faktor penyebab diterimanya kebudayaan Korea Selatan oleh masyarakat internasional. *Hallyu* merupakan bentuk komunikasi bukan nasionalisme, analisisnya adalah popularitas yang diraih *Hallyu* di lingkungan internasional bukan ancaman terhadap pergeseran nilai-nilai nasionalisme di negara-negara tersebut karena *Hallyu* merupakan bentuk komunikasi penyampaian ide perdamaian yang dipromosikan oleh Korea Selatan terhadap negara-negara lain. Penelitian ini berkontribusi dalam menjelaskan bagaimana pemerintah Korea Selatan menjadikan *Hallyu* sebagai alat untuk mencapai kepentingan Korea Selatan dalam bidang kebudayaan.

Selanjutnya, jurnal **Jiyeon So** berjudul “*Pop Culture as an Instrument for Global Public Diplomacy: a Case Study of the Influences of the Korean Wave*”

²⁹ Ibid.

on *Asian Publics*”.³⁰ Jiyeon menilai bahwa *Korean Wave* merupakan cara diplomasi Korea Selatan berdasarkan konsep *soft power* yang menitikberatkan pada kemampuan untuk menunjukkan dan menyebarkan aset negara seperti kebudayaan, nilai politik dan kebijakan.³¹ Selain itu, Jiyeon menggambarkan *Korean Wave* melalui tiga hal, yaitu aspek edukasi, wisata dan citra Korea Selatan itu sendiri. Dalam aspek edukasi, *Korean Wave* telah meningkatkan minat masyarakat luar untuk mempelajari Korea Selatan, seperti di Jepang banyak institusi pendidikan yang menawarkan Bahasa Korea. Bidang pendidikan menjadi langkah awal dalam memperdalam pemahaman suatu negara dengan sebuah proses komunikasi budaya Korea Selatan. Aspek wisata menjelaskan berdasarkan *New York Times*, 80% wisatawan Taiwan datang ke Korea Selatan untuk berkunjung ke lokasi *shooting* drama Korea. Melalui peningkatan wisatawan, maka citra Korea di mata masyarakat internasional meningkat.³² Penelitian ini berkontribusi dalam menjelaskan bahwa *Korean Wave* merupakan alat dalam diplomasi Korea Selatan melalui aspek edukasi dan bagaimana aspek tersebut dapat meningkatkan citra Korea Selatan.

Tulisan terakhir dari **Dinara Kozhakhmetova** dalam jurnalnya yang berjudul, “*Soft Power of Korean Popular Culture in Japan : K-Pop Avid*

³⁰ Jiyeon So, “Pop Culture as an Instrument for Global Public Diplomacy: a Case Study of the Influences of the Korean Wave on Asian Publics”, http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/9/5/4/5/p295450_index.html, diakses pada 13 Februari 2017).

³¹ Ibid, 4

³² Ibid, 2

Fandom in Tokyo".³³ Jepang menjajah Korea Selatan selama 35 tahun yakni dari tahun 1910-1945. Keinginan Korea Selatan untuk mengubah citra masa lalu dilakukan melalui Korea Wave. Dalam studi kasus K-Pop Avid Fandom ditampilkan dengan jelas bahwa Korean Wave pada dasarnya diterapkan untuk mempengaruhi persepsi orang Jepang yang terlibat dalam musik Korea. Setiap acara yang diselenggarakan berhubungan dengan Korea Selatan, orang Jepang selalu menghadiri konser mereka secara teratur dan berkala. Hal ini membuktikan bahwa *Korean Wave* tumbuh dan berkembang dengan pesat di Jepang.³⁴ Penelitian ini berkontribusi tentang bagaimana *Korean Wave* diterima dan berkembang di Jepang dan hal-hal yang mendukung perkembangan *Korean Wave* di Jepang.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Diplomasi Publik

Penggunaan perspektif atau pendekatan dalam penelitian sangat penting sebagai pusat acuan atau pemandu dalam proses analisis. Penggunaan perspektif juga untuk menjaga ketepatan suatu penelitian ketika tujuan penelitian hendak dicapai.³⁵ Kerangka konseptual yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah diplomasi publik. Sebelum melangkah lebih jauh, ada baiknya penulis ingin memaparkan sedikit tentang diplomasi secara garis besarnya terlebih dahulu sebelum masuk ke diplomasi publik.

³³ Dinara Kozhakhmetova, Jurnal, "*Soft Power of Korean Popular Culture in Japan : K-Pop Avid Fandom in Tokyo*", (Lund University:Sweden,2012), hal 3.

³⁴ Ibid.3.

³⁵ Yanuar Ikbar. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hal 88.

Diplomasi merupakan instrumen yang digunakan dalam hubungan internasional untuk mencapai kepentingan nasional. Secara konvensional, diplomasi adalah sebagai usaha suatu negara bangsa untuk memperjuangkan kepentingan nasional dikalangan masyarakat internasional.³⁶ Diplomasi dikategorikan menjadi dua, yaitu *first track diplomacy* dan *multi track diplomacy*. Menurut Jeffrey Mependere dalam tulisannya "*Track One and A Half Diplomacy and The Contemporer of Tracks*"³⁷. *First track diplomacy* melibatkan pemerintah dengan pemerintah (*government to government*), sifatnya rahasia, dan biasanya digunakan untuk mengakhiri suatu konflik atau pertikaian. *First track diplomacy* menekankan peran penting negara dalam mengadakan negosiasi untuk menjaga dan memelihara perdamaian.

Multi track diplomacy atau yang lebih dikenal dengan diplomasi publik adalah upaya untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding, informing, dan influencing foreign audiences*. Jika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme *government to government relations*, maka diplomasi publik lebih ditekankan pada *government to people* atau *people to relations*.³⁸ Diplomasi publik merupakan suatu upaya untuk membangun hubungan, pemahaman negara dengan negara lainnya dalam hal budaya maupun masyarakat, mengkomunikasikan tentang pandangan negara, memperbaiki persepsi dan melihat di bagian mana

³⁶ K.J.Holsti, "*International Politics, A Framework for Analysis*", Third Edition, (New Delhi: Prentice Hlm of India, 1984), hal 82-83.

³⁷ Mefendence Jeffrey, "*Track One And A Half Diplmacy And The Contemporery Of Tracks: Culture People of Peace*" hal, 2-3

³⁸ Louise Diamond and John McDonald, "*Multi-Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace Third Edition*" (Kumarian Pres 1996), hal 7.

kesalahan persepsi tersebut terjadi.³⁹ Perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional adalah diplomasi publik melibatkan aktor tidak hanya negara namun juga kelompok dan orang-orang yang memiliki kepentingan tertentu. Diplomasi publik juga sering digunakan untuk memperbaiki *image* negara terkait isu tertentu.⁴⁰

Beberapa tujuan penggunaan diplomasi publik yang bisa dicapai;⁴¹

1. Meningkatkan keakraban-membuat masyarakat berfikir dan mengubah *image* persepsi mereka tentang negara, serta meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai negara tersebut.
2. Meningkatkan apresiasi-menghadirkan persepsi yang positif dengan membuat masyarakat melihat suatu isu dari perspektif negara tersebut.
3. Merangkul masyarakat-mendorong masyarakat untuk melihat suatu negara sebagai tujuan yang menarik bagi pariwisata dan studi, membeli barang-barang, maupun mengadopsi nilai-nilai negara tersebut.
4. Mempengaruhi sikap masyarakat-meningkatkan dukungan masyarakat terhadap posisi negara tersebut.

Mark Leonard menjelaskan bahwa pemerintah perlu menyadari bahwa untuk mencapai tujuan dalam penyampaian pesan terhadap publik, diplomasi publik tidak dapat dilakukan dengan satu proses dimensi saja. Lebih lanjut ia

³⁹ Mefendence Jeffrey, “Track One And A Half Diplomacy And The Contemporary Of Tracks: Culture people of peace” hal, 2-3.

⁴⁰ Ibid.4.

⁴¹ Ibid.5.

menjelaskan, ada tiga dimensi diplomasi publik yang diusung oleh setiap negara dengan tujuan yang berbeda sesuai dengan isu dan kondisi negara saat itu. Tujuan dari dimensi itu ialah politik atau militer; ekonomi; dan sosial budaya. Masing-masing negara berada dalam keadaan yang berbeda sehingga kebutuhan diplomasi publik mereka tergantung pada keadaan tersebut.⁴²

Selanjutnya diplomasi publik dijabarkan oleh Nicholas J. Cull dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy :Lesson From The Past*. Cull membagi aktivitas diplomasi publik ke dalam lima kategori diplomasi publik yaitu;⁴³

1. *Listening*

Listening merupakan usaha dari aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional melalui pengumpulan dan penyusunan data dari publik internasional berikut dengan pemikiran serta opini mereka terhadap aktor. Data tersebut kemudian digunakan untuk mengarahkan kebijakan yang sesuai untuk melaksanakan diplomasi publik. *Listening* merupakan diplomasi publik berjangka pendek meskipun dalam keadaan tertentu bisa menjadi diplomasi publik jangka panjang. Aktor internasional akan lebih mengarahkan audiens internasional untuk lebih mendengar daripada berkomentar tentang fenomena yang tengah berlangsung. Menurut Cull, bentuk dasar dari diplomasi publik adalah *listening*, sehingganya pelaksanaan keempat kategori lainnya berdasarkan kepada *listening*.

⁴² Ibid.8.

⁴³ Nicholas J. Cull. *CPD Perspective on Public Diplomacy: Lessons from the Past*, (Los Angeles; Figueroa Press, 2013), hal 25.

2. *Advocacy*

Merupakan usaha aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan kegiatan komunikasi internasional untuk mempromosikan dan memberitahu kebijakan, ide-ide ataupun kepentingan aktor tersebut kepada masyarakat di dunia. Advokasi termasuk dengan upaya melakukan jumpa pers kedutaan besar serta promosi kebijakan, informasi pekerjaan yang sesuai dengan tujuan kebijakan. Advokasi dapat berupa tulisan yang dirilis resmi oleh kedutaan dan merupakan bentuk diplomasi publik berjangka pendek.

3. *Cultural Diplomacy*

Seperti yang telah dijelaskan pula di atas, bahwa terdapat beberapa kesamaan antara diplomasi publik dan diplomasi kebudayaan. Dalam pembagian aktivitas diplomasi publik ini, Cull memasukkan diplomasi kebudayaan ke dalam salah satu kategori diplomasi publik. Di mana diplomasi kebudayaan adalah usaha suatu aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan menyebarkan nilai-nilai kebudayaannya yang telah terkenal luas di dunia. Bentuk dari diplomasi publik ini berjangka panjang dan dapat dilakukan dengan usaha seperti mendirikan pusat kebudayaan di negara lain.

4. *Exchange Diplomacy*

Merupakan diplomasi publik jangka panjang yang melibatkan pelajar dalam aktivitasnya. *Exchange Diplomacy* juga kerap dilaksanakan berdampingan dengan diplomasi kebudayaan, pembangunan pusat-pusat kebudayaan di negara lain juga biasanya disertakan dengan program

pertukaran pelajar. Di mana hal ini memungkinkan pemahaman terhadap satu negara terjadi melalui dukungan perilaku individu. Program pertukaran pelajar biasanya dilakukan secara rutin.

5. *International Broadcasting*

International Broadcasting adalah kategori terakhir dalam aktivitas diplomasi publik dan merupakan usaha yang dilakukan oleh aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional melalui teknologi media masa seperti radio, televisi, media cetak dan internet. Usaha ini dapat dilakukan tidak hanya oleh perusahaan yang didanai oleh pemerintah yang secara jelas dinyatakan sebagai agen diplomasi publiknya, perusahaan komersil juga dapat dijadikan sebagai agen diplomasi publik meskipun tidak dinyatakan secara langsung membantu negaranya, karena bagaimanapun perusahaan komersil tersebut memiliki andil besar untuk dapat mempengaruhi pandangan dunia terhadap negaranya. Program yang dihadirkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dalam skala internasional membuatnya menjadi suatu usaha diplomasi publik berjangka menengah. Konsumen dari perusahaan tersebut pulalah yang menjadikan *international broadcasting* ke dalam kategori aktivitas diplomasi publik. Dalam sejarahnya, bentuk paling potensial untuk melakukan *international broadcasting* adalah dengan menayangkan berita, terlebih jika berita tersebut objektif.⁴⁴

⁴⁴Ibid. 5.

6. *Psychological Werfare*

Aktivitas keenam adalah *Psychological Werfare*, dimana aktivitas ini merupakan upaya pemerintah sebuah negara untuk mempengaruhi negara lain dengan mengedepankan cara persuasif dengan tujuan untuk mengurangi ketegangan dalam masa peperangan. Aktivitas ini umumnya diwakili oleh seorang pemimpin dalam sebuah kelompok peperangan agar terjadi rekonsiliasi dalam ketegangan konflik tersebut, sehingga perpecahan dalam peperangan tersebut dapat dihindarkan.

Berdasarkan penjelasan pada kerangka konsep, penulis akan menganalisis dari program-program diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korea Wave* ke Jepang dengan memakai pendekatan yang dijelaskan oleh Nicolas J Cull. Pada akhirnya, akan terlihat bagaimana diplomasi publik yang digunakan oleh Korea Selatan.

1.8 Batasan Masalah

Penentuan batasan penelitian dilakukan agar penelitian ini tidak keluar dan tidak meluas dari kerangka dan rumusan masalah yang ditentukan. Batasan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana upaya pemerintah Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang tahun 2008-2012 karena pada tahun 2008 ini mulainya dilaksanakannya kebijakan *White Paper* oleh pemerintah Korea Selatan dan pada tahun 2012 menjadi puncak kepopuleran *Korean Wave* di Jepang.

1.8.1 Tingkat Analisa dan Unit Analisa

Sebelum menentukan tingkat analisa dalam suatu penelitian terlebih dahulu perlu dilakukan penetapan terhadap unit analisa dan unit ekplanasi. Unit analisa adalah objek yang perilakunya hendak kita teliti. Unit ekplanasi adalah objek yang mempengaruhi perilaku unit analisa yang akan digunakan.⁴⁵ Unit analisa dari penelitian ini adalah pemerintah Korea Selatan, sedangkan unit eksplanasinya adalah *Korean Wave*. Jadi tingkat analisa dari penelitian ini pada level sub-sistem yaitu negara-bangsa.

1.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data-data sekunder, yakni data-data dan informasi yang secara keseluruhan diambil dari temuan-temuan yang dihasilkan pihak lain dan data yang digunakan dapat berupa data-data kuantitatif maupun kualitatif. Beberapa sumber tertulis yang digunakan seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian dan dokumen resmi budaya Korea Selatan untuk mengumpulkan fakta-fakta sebagai alat bukti. Selain itu juga digunakan data yang diperoleh melalui situs berita internasional dan surat kabar nasional.

⁴⁵Mochtar Mas' oed, "*Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*", (Jakarta: LP3ES,1990), hal 35-39.

1.8.3 Teknik Pengolahan Data

Mengingat banyaknya sumber informasi yang diperoleh, maka dalam penulisan ini dilakukan seleksi dan pemilihan atas sumber, dokumen dan informasi yang dianggap paling relevan dengan tujuan penulisan dan kemudian dokumen dan informasi di deskripsikan secara tekstual. Melalui prosedur kualitatif, data-data dianalisis, menetapkan, menguraikan, dan mendokumentasikan alur sebab/konteks dalam pengetahuan yang sedang dipelajari beserta rinciannya untuk menilai ide-ide atau makna-makna yang terkandung di dalamnya.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif, analisis data kualitatif adalah identifikasi dan pencarian pola-pola umum hubungan dalam kelompok data, yang menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan⁴⁶. Interpretasi atas data-data yang termasuk kedalam data-data objektif yang relevan untuk menambah informasi atau bisa menjadi petunjuk untuk menjelaskan bagian-bagian dan hubungan-hubungan antar bagian yang terdapat dalam model analisa. Penulis melakukan analisis terhadap permasalahan yang digambarkan berupa fakta-fakta, kemudian menghubungkan fakta tersebut dengan fakta lainnya sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat.

⁴⁶*Ibid*, hal 150

Teknik analisis data pada penelitian ini dimulai dari diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang dengan menggunakan konsep diplomasi publik oleh Nicolas J Cull dalam menganalisa diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* ke Jepang. Terdapat lima pendekatan diplomasi publik, yaitu *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy* dan *internasional broadcasting*. Pemikiran dan asumsi dari konsep tersebut akan peneliti gunakan sebagai pisau analisis untuk membedah diplomasi publik Korea Selatan ke Jepang melalui *Korean Wave* dan pada akhirnya akan terlihat bagaimana diplomasi publik yang dipakai oleh Korea Selatan.

