

**PERAN SM ENTERTAINMENT DALAM DIPLOMASI PUBLIK KOREA
SELATAN DI INDONESIA**

SKRIPSI

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



Pembimbing I

Zulkifli Harza, S.IP, M.Soc.Sc

Pembimbing II

Ardila Putri, S.IP, M.A

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

2019

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran dari SM Entertainment dalam diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep *corporate diplomacy* yang dikemukakan oleh Candace L. White dimana aktor swasta dapat menjadi kontributor dalam mendukung diplomasi publik baik secara tidak sengaja maupun sengaja. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis dengan menggunakan data sekunder. Penelitian ini menunjukkan bahwa SM berkontribusi dalam diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia. Kontribusi SM terhadap kegiatan diplomasi publik Korea Selatan adalah melalui pembangunan *brand/* produk mereka sebagai salah satu agensi K-POP, misi diplomasi budaya, *nation branding*, FDI, dan CSR. Penelitian ini menunjukkan bahwa pembangunan dan pengembangan produk adalah kontribusi signifikan SM dalam diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia.

Kata Kunci: SM Entertainment, Korea Selatan, Indonesia, Diplomasi Publik, *Corporate Diplomacy*



ABSTRACT

This research analyze the role of SM Entertainment in South Korean public diplomacy in Indonesia. This research employ the concept of Corporate Diplomacy by Candace L. White. Corporate diplomacy emphasize the role of private actor as a contributor to support the public diplomacy intentionally or unintentionally. This research uses qualitative method with descriptive analytical approach by using secondary data. This research shows that SM as one of the contributors of South Korean public diplomacy to Indonesia. SM contribute through their brands/ product as on of Kpop agencies, mission of cultural diplomacy, nation branding, FDI, and CSR. This research also find that brand and product development activity is significant factor as SM contribution in South Korean public diplomacy than other factors.

Keywords: *SM Entertainment, South Korea, Indonesia, Public Diplomacy, Corporate Diplomacy*

