

**UPAYA KOREA SELATAN DALAM MEMBANGUN
CITRA DI JEPANG MELALUI KOREAN WAVE**

SKRIPSI

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

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Andalas

Oleh:

MELY MAHARANI

1910851015



Dosen Pembimbing:

Haiyyu Darman Moenir, S.IP, M.Si

Putiviola Elian Nasir, S.S, MA

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

2024

ABSTRAK

Korean Wave telah menjadi salah satu sarana bagi Korea Selatan dalam membangun *nation branding* Korea Selatan. Konflik sejarah antara Korea Selatan dan Jepang serta isu-isu mengenai hubungan diplomatik kedua negara kembali terjadi pada tahun 2018 yang menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap persepsi negatif Jepang terhadap Korea Selatan. Permasalahan ini tentunya menjadi hal yang diperhatikan oleh pemerintah Korea Selatan untuk menjaga citra negaranya. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana upaya Korea Selatan dalam membangun citra negara mereka di Jepang melalui *Korean Wave*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Upaya Korea Selatan dalam membangun citra negaranya di Jepang melalui *Korean Wave* ini dianalisis dengan menggunakan kerangka konseptual *nation brand hexagon* oleh Simon Anholt. Terdapat enam indikator yang menjadi acuan dalam melihat upaya suatu negara dalam membangun *nation branding*. Dalam enam indikator yakni pariwisata, ekspor, pemerintah, budaya dan warisan, investasi dan imigrasi, serta masyarakat dapat membantu penulis dalam melihat apa saja upaya yang dilakukan oleh aktor negara dan non-negara dalam menyebarkan *Korean Wave* di Jepang dengan tujuan untuk membangun branding negara Korea Selatan. Berdasarkan operasionalisasi konsep, dapat disimpulkan bahwa aktor negara yakni pemerintah dan kementerian telah berupaya untuk membangun citra Korea Selatan di Jepang yang dibantu oleh peran aktor non-negara yang berkaitan dengan *Korean Wave* seperti industri hiburan, perusahaan media, dan selebriti.

Kata Kunci: *Korean Wave*, Citra Bangsa, K-pop, Korea Selatan, Jepang



ABSTRACT

Korean Wave has become one of the means for South Korea in building South Korea's nation branding. The historical conflict between South Korea and Japan and issues regarding diplomatic relations between the two countries occurred again in 2018 which caused an increase in Japan's negative perception of South Korea. This problem is certainly something that the South Korean government is concerned about in order to maintain its country's image. This study aims to analyze how South Korea's efforts to build their country's image in Japan through the Korean Wave. This study uses a qualitative method with a descriptive analytical approach and uses data collection techniques through literature studies. South Korea's efforts to build its country's image in Japan through the Korean Wave are analyzed using the nation brand hexagon conceptual framework by Simon Anholt. There are six indicators that are used as a reference in seeing a country's efforts in building nation branding. In the six indicators, namely tourism, exports, government, culture and heritage, investment and immigration, and society, it can help the author in seeing what efforts are made by state and non-state actors in spreading the Korean Wave in Japan with the aim of building South Korea's country branding. Based on the operationalization of the concept, it can be concluded that state actors, namely the government and ministries, have attempted to build the image of South Korea in Japan, assisted by the role of non-state actors related to the Korean Wave, such as the entertainment industry, media companies, and celebrities.

Keywords: Korean Wave, Nation Branding, K-pop, South Korea, Japan

