

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan faktor keberhasilan diplomasi publik di suatu negara. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana budaya populer dijadikan sebagai alat diplomasi publik untuk mencapai tujuan ekonomi dan kepentingan nasional yang dijalankan bukan saja oleh pemerintahan tapi juga melibatkan organisasi-organisasi maupun individu-individu yang mewakili negaranya dan berinteraksi dengan masyarakat maupun elemen-elemen *non-government* negara lainnya.

Korea Selatan merupakan negara yang mengedepankan diplomasi publik dalam membangun integritas bangsa.¹ Pelaksanaan diplomasi publik pemerintah Korea Selatan selalu terkait erat dengan pembangunan dan pengembangan identitas budaya.² Pada era globalisasi saat ini, budaya menjadi aspek yang diperhitungkan dan memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Upaya Korea Selatan dalam mengintegrasikan budayanya dalam diplomasi publik tertuang dalam kebijakan luar negeri Korea Selatan yang dikenal dengan nama *for a global Korea*.³ Kebijakan *for a global Korea* dituangkan dalam 10 agenda yang beberapa diantaranya mengedepankan program *Korean Wave* yang mengembangkan teknologi

¹Y. Y. Cho, *Public Diplomacy and South Korea's Strategies*, The Korean Journal of International Studies, 10 (2), 2012, hal 277.

² Haksoon Yim, "Cultural Identity and Cultural Policy in SouthKorea", The International Journal of Culture Policy, Vol 8 (1), 2002, hal 37-48.

³Y.Y.Cho, hal 283.

seni negara, pemeliharaan industri budaya dan pariwisata.⁴Fokus utama kebijakan ini adalah untuk melihat adanya pasar baru untuk mengedepankan sisi budaya Korea Selatan yang sangat berkontribusi dalam perekonomian nasional.⁵Kebijakan *for a global Korea* melalui *Korean Wave* didokumentasikan ke dalam *diplomatic white paper* yang diterbitkan pada tahun 2008.⁶ Kementrian luar negeri dan perdagangan Korea Selatan menjelaskan bahwa dalam *diplomatic white paper* pemerintah berusaha memperkenalkan budaya Korea Selatan ke negara-negara luar untuk mendorong diplomasi publik melalui penawaran stasiun televisi negara-negara asing dan video dokumentasi yang menggambarkan Korea Selatan dan kebudayaannya.

Korean Wave atau yang lebih dikenal dengan kata *Hallyu*, pertama kali diperkenalkan oleh salah satu jurnalis Tiongkok untuk merujuk pada kepopuleran budaya pop Korea Selatan di Tiongkok pada tahun 1990-an. *Korean Wave* adalah fenomena penyebaran budaya populer Korea Selatan berupa serial drama, film, dan musik pop melalui media ke berbagai negara didunia.⁷*Korean Wave* tidak hanya mengindikasikan tren budaya populer dan juga gerakan perubahan masal ideologi ekonomi politik menjadi paradigma budaya atau peradaban.⁸*Korean Wave* bertujuan untuk menyebarkan asimilasi budaya populer Asia Timur dan budaya barat.

⁴ S. Snyder, "*Lee Myung-bak's Foreign Policy: A 250-Day Assessment*". Korea Institute for Defense Analyses, 2009. hal 3.

⁵ Yurena Kalshoven, "*Hallyu Power: A Focus on Soft Power in Lee Myung Bak's Cultural Policy*", 2014, hal 16.

⁶ S. Snyder, & D. Mitchell, *Pursuing a Comprehensive Vision for the U.S – South Korea Alliance: Center for Strategic & International Studies*, 2009, hal 1.

⁷ Doobo Shim, "*Hibridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia*" *Media, Culture, and Society* Vol.28 (1), London: SAGE Publication, 2006, hal 25.

⁸ Kim Bok-rae, "Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)," *American International Journal of Contemporary Research* Vol.5 No.5, 2015, hal 4, http://www.ajjernet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf. (diakses pada tanggal 6 Maret 2018).

Meskipun sudah dimulai sejak 1990, *Korean Wave* mulai berkembang pesat seiring dengan berkembangnya teknologi internet yang menyokong tersebarnya dan cukup berhasil. Terlihat Korea Selatan membuka berbagai *Korean Cultural Information Service* di berbagai negara. Pada sisi lain, Euny Hong, penulis *The Birth of Korean Cool*, mencatat bahwa orang-orang di seluruh dunia mulai mengenali Korea Selatan sebagai negara yang menarik dan telah mulai membeli barang-barang yang mewakili gaya hidup, mempelajari bahasa dan sejarah Korea Selatan untuk lebih memahami budaya Korea dan grup idola, termasuk Indonesia.⁹

Keberhasilan *Korean Wave* di dalam negeri didukung oleh peningkatan kemampuan ekonomi dan standar hidup yang menyertainya. Meningkatnya permintaan akan produk budaya telah dipenuhi dengan investasi yang signifikan oleh konglomerat besar Korea Selatan. Di negara-negara penerima, keberhasilan *Korean Wave* bergantung pada tujuan dari masing-masing negara yang dilakukan dalam berbagai kerjasama. Keberhasilan *Korean Wave* dimanifestasikan dalam berbagai aspek yaitu ekonomi, termasuk pariwisata, imigrasi dan ekspor. Meskipun tidak ada metode ilmiah untuk mengukur keberhasilan dari suatu *soft power*, indikator ekonomi, pariwisata, imigrasi dan ekspor serta *survey* persepsi dapat memberikan pengukuran yang berharga.¹⁰

⁹ Sim Younhee, *Behind The Korean Wave*, <http://www.globeasia.com/columnists/behind-the-korean-wave>. (diakses pada 19 Agustus 2018).

¹⁰ Lee, A soft Power Approach to the “Korean Wave”. *The Review of Korean Studies* Vol.12, No.2, 2009, hal 123-137.

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak *Korean Wave*, keberhasilan diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia juga membawa keuntungan pada sisi ekonomi. Tercatat sebanyak 17,2juta orang wisatawan mancanegara telah berkunjung ke Korea Selatan sepanjang tahun 2016, jumlah kunjungan tersebut naik sebesar 30,3 persen dari tahun sebelumnya yang berjumlah 13,2 juta wisatawan. Indonesia menyumbang kenaikan angka tersebut, bahkan salah satu yang paling tertinggi dengan jumlah kunjungan 295 ribu wisatawan, dimana jumlah tersebut naik sebesar 52 persen dari tahun sebelumnya.¹¹ Hal ini menunjukkan begitu besarnya ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan, hingga mereka berkunjung langsung ke negara tersebut.

Direktur utama *Korea Tourism Organization* (KTO) menyampaikan bahwa “Indonesia dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa, merupakan negara terbanyak penduduknya keempat di dunia dengan penduduk usia muda yang tinggi, dan juga penduduk mayoritas muslimnya juga terbanyak di dunia. Bagi kami, Indonesia akan menjadi pasar yang besar bagi industri pariwisata kami”.¹² Selain itu, Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup *robust* dalam dekade terakhir menawarkan peluang pasar yang sangat besar, sumber alam/mineral, dan tenaga kerja. Menteri Luar Negeri Korea Selatan, Yun Byung-se, dalam kunjungannya ke Jakarta pada tanggal 9

¹¹ *Korean Tourism Organization* dalam, Ardita Mustafa, Indonesia sumbang 295 ribu wisatawan ke Korea Selatan, CNN Indonesia, 2017. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170214113236-269-193388/indonesia-sumbang-295-ribu-wisatawan-ke-korea-selatan> (diakses pada tanggal 6 Juli 2018).

¹² Ardita Mustafa, Indonesia sumbang 295 ribu wisatawan ke Korea Selatan, CNN Indonesia, 2017 <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170214113236-269-193388/indonesia-sumbang-295-ribu-wisatawan-ke-korea-selatan> (diakses pada tanggal 6 Juli 2018).

Oktober 2014 memandang Indonesia sebagai mitra yang sangat penting dan akan berupaya keras untuk meningkatkan kerjasama multilateral, bilateral dan regional.¹³ Inilah alasan Korea Selatan menjadikan Indonesia sebagai target dari penyebaran *Korean Wave*, dan melakukan diplomasi publiknya.

Dilihat dari hubungan antara Korea Selatan dan Indonesia, kedua negara menjalin hubungan diplomatik pertama kali pada tahun 1973. Sejak saat itu, kedua negara sepakat untuk menjalankan hubungan diplomatik yang lebih erat dan kebudayaan menjadi salah satu pilar penting kerjasama kedua negara. Hal ini dibuktikan dengan dibentuknya perjanjian pada tahun 2000 antara pemerintah Indonesia dan Korea Selatan yang tertuang dalam *Agreement Between the Government of the Republic of Indonesia and the Government of the Republic of Korea on Cultural Cooperation*.¹⁴

Korean Wave di Indonesia diawali setelah Indonesia yang melakukan liberalisasi media pada tahun 1990-an dengan masuknya penayangan serial drama Korea di stasiun TV Indosiar pada tahun 2002 yakni drama *Winter Sonata* yang langsung digemari oleh masyarakat lalu diikuti oleh drama *Endless Love*.¹⁵ Tercatat terdapat sekitar 50 judul drama Korea yang tayang di stasiun TV swasta Indonesia

¹³Kemertian Luar Negeri Republik Indonesia, *Hubungan Bilateral*, 2015, <https://www.kemlu.go.id/seoul/id/Pages/HUBUNGAN-BILATERAL.aspx> (diakses pada tanggal 19 Agustus 2018).

¹⁴ Join Declaration between Government of Indonesia and Government of Korea, http://treaty.kemlu.go.id/uploads-pub/1658_KOR-2006-0050.pdf. (diakses pada tanggal 15 Mei 2018).

¹⁵ Doobo Shim, hal. 28.

pada tahun 2011 dan terus meningkat setiap tahunnya.¹⁶ Melihat animo masyarakat yang tinggi akan drama Korea, *Head section of PR Indosiar*, Gufron Sakaril mengungkapkan bahwa: “Indosiar kini menjadi *trademark* televisi Korea di Indonesia dan dengan melakukan evaluasi setiap saat dan melihat selera penonton di Indonesia semakin tinggi akan *Korean Wave*, maka program tayangan tajuk drama Asia kini didominasi oleh tayangan drama Korea.”¹⁷Dengan demikian, serial drama Korea menjadi bagian penting dalam diplomasi Korea Selatan dalam memperkenalkan identitas, karakter dan budaya bangsa. Tidak hanya drama Korea, acara musik pop Korea (*K-Pop*) juga ditayangkan di Indonesia. Acara seperti *MuBank (Music Bank)* dan *SMTOWN* yang menampilkan artis-artis *boyband* dan *girlband*. Konser *SMTOWN* sendiri pernah diselenggarakan di Indonesia pada 22 September 2012 dengan total penonton 50.000.¹⁸Menanggapi fenomena ini, pemerintah Korea Selatan telah menyusun strategi untuk menyebarkan *Korean Wave* dengan memilih Indonesia sebagai pintu gerbang ke Asia Tenggara. Sebagai bagian dari rencana tersebut, pemerintah berusaha untuk meningkatkan dukungannya bagi penyebaran *Korean Wave* dengan membuka kantor Agen Konten Kreatif Korea (*Korea Creative Content Agency/ KCC*) di Indonesia, yang pertama di Asia Tenggara.¹⁹Hal ini menunjukkan bahwasanya Indonesia mulai diperhitungkan dalam pangsa pasar penyebaran budaya Korea, seperti *Korean Wave*.

¹⁶ Nyoman Lia Susanthi. “Gurita” Budaya Populer Korea di Indonesia. <http://www.isi-dps.ac.id/berita/%E2%80%98gurita%E2%80%99-budaya-populer-korea-di-indonesia>. 2011(diakses pada tanggal 5 Juni 2018).

¹⁷ Ayu Riska Wahyudiya, Pengaruh Soft Diplomacy dalam Membangun Citra Korea Selatan di Indonesia, Universitas Hasanuddin Makassar, 2012.

¹⁸ Arai Ameiya, Konser K-Pop Terbesar penonton SMTOWN INA Capai 50 Ribu orang, 2012, <http://www.smtown.com>. (diakses pada tanggal 6 Juli 2018).

¹⁹ Sim Younhee, Behind The Korean Wave.

Korean Wave di Indonesia juga menyebabkan pencintanya memburu segala hal yang berkaitan dengan Korea Selatan, termasuk makanan. Produk industri makanan dan minuman Korea Selatan yang masuk ke Indonesia mendapat respon positif dan cukup banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, sejak tahun 2007 hingga 2011, impor terhadap kelompok hasil industri makanan dan minuman dari Korea mengalami peningkatan secara keseluruhan. Pada tahun 2007 menyentuh angka 40.000 dan naik di tahun 2008 menjadi 50.000, namun di tahun 2009 mengalami penurunan menjadi 35.000, hal ini disebabkan karena krisis global yang melanda dunia bagian barat pada tahun 2008. Pasca krisis negara-negara Asia Timur yang terseret ke krisis, berhasil pulih dengan cepat, sehingga di tahun 2010 impor industri makanan dan minuman Korea kembali naik dan bahkan di tahun 2011 menyentuh angka 55.000 (dalam ribu US\$).²⁰

Disamping Korea Selatan, terdapat negara lain yang juga mengedepankan diplomasi publiknya di Indonesia yaitu Jepang melalui *Japanese Popular Culture*. Akan tetapi, tidak semua fenomena “*wave*” mencapai kesuksesan. *Korean Wave* mampu meningkatkan daya saingnya ditengah turunya popularitas dari *Japanese Popular Culture* di Indonesia. Pergerakan *Japanese Popular Culture* hanya terlihat pada penayangan film-film kartun *anime* Jepang di stasiun-stasiun TV swasta di Indonesia. Promotor musik di Indonesia pun lebih tertarik mendatangkan penyanyi-

²⁰Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, statistik import hasil industri dan makanan Korea, <http://www.kemperin.go.id/statistik/kelompok.php>, (diakses pada tanggal 4 Juli 2018).

penyanyi dari Korea Selatan dibandingkan Jepang dikarenakan lebih tingginya jumlah penggemar *K-Pop* dibandingkan *J-Pop*.²¹

Perbandingan drama TV antara Jepang dan Korea, Serial drama TV Korea ceritanya lebih romantis dan lebih menyenangkan serta mudah dipahami dibandingkan dengan drama Jepang. Tingginya jumlah penggemar *Korean Wave* membuat bahasa Korea Juga populer dalam dua tahun terakhir dikalangan anak muda Indonesia dibandingkn bahasa Jepang. Begitupun dengan lisensi harga, untuk pecinta budaya Korea agar dapat menonton stasiun TV Korea di jaringan TV Indonesia mereka dapat membayar hanya sekitar 80 sebulan untuk menikmati dua stasiun TV seperti Arirang dan KBS World. Sementara pecinta budaya Jepang untuk menikmati stasiun TV Jepang seperti NHK mereka harus membayar lebih mahal 150 sebulan (dalam ribu US\$).²²

Melihat fenomena tersebut, sangat menarik untuk melihat apa saja faktor yang mendukung suksesnya *Korean Wave* sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Keberhasilan diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Republik Korea di tuangkan ke dalam kebijakan luar negeri yang diberi nama "*For a Global Korea*" dengan tujuan meningkatkan perekonomian Korea Selatan. Pemerintah

²¹ Adibrata Iriansyah, "Comparative Between Korean Wave and Japanese Popular Culture As a Tool of Soft Diplomacy in Indonesia", Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2014, hal 9.

²² Tonny Dian Effendi, "*K-Pop and J-Pop Influences to University Students in Malang, East Java-Indonesia : A Comparative Public Diplomacy Studies*. *Andalas Journal of International Studies*. Vol 1 No.2 November 2012, hal.193. <http://ajis.fisip.unand.ac.id/index.php/ajis/issue/view/2/showToc> (diakses pada tanggal 18 September 2018)

Republik Korea Selatan melihat peluang ekspansi budaya populer *Korean Wave* ke wilayah Asia Tenggara, salah satunya Indonesia dan bahkan Korea Selatan menjadikan Indonesia sasaran diplomasi publiknya dan berhasil, dengan melakukan berbagai kerjasama di bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya serta pendidikan. Keberhasilan *Korean Wave* dapat dilihat melalui boomingnya drama Korea dan meningkatnya kunjungan masyarakat Indonesia ke Korea Selatan serta kegiatan ekonomi Korea Selatan melalui pasar Indonesia. Mengingat pentingnya diplomasi publik dalam menyokong tercapainya kepentingan negara di bidang politik, ekonomi, dan sosial budaya menarik untuk diketahui faktor-faktor yang mendukung keberhasilan *Korean Wave* di Indonesia, untuk dapat dijadikan pembelajaran dan menghasilkan diplomasi publik yang sukses.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka diperoleh pertanyaan penelitian yang ingin dijawab adalah *Apakah faktor yang mendukung keberhasilan diplomasi publik Korea Selatan melalui Korean Wave di Indonesia ?*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini untuk menjelaskan dan menganalisis faktor yang mendukung keberhasilan diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian diharapkan memiliki serangkaian manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat pengguna pengetahuan, baik secara akademis maupun praktis. Manfaat dari penelitian ini diantaranya:

1. Sebagai proses pembelajaran bagi penulis sendiri dan dapat menjadi sumbangan pengetahuan dari penulis dalam kajian akademik dalam ilmu hubungan internasional mengenai diplomasi publik. Sehingga dapat menambah referensi kepustakaan ilmu hubungan internasional.
2. Para akademisi juga dapat memanfaatkan penelitian ini untuk menambah wawasan atau menjadi referensi dalam penelitian yang juga berkaitan dengan upaya pencapaian keberhasilan dan faktor yang mendukung diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengambil kebijakan dalam bidang diplomasi publik.

1.6 Studi Pustaka

Studi pustaka pertama, jurnal yang ditulis Sue Jin Lee, "*The Korean Wave: The Seoul of Asia*".²³ Dalam penelitian ini, Lee ingin menganalisa *Korean Wave* dan implikasinya terhadap negara-negara tetangga. Lee juga ingin menjelaskan bagaimana *national identity* berdampak terhadap proses pembingkaihan *Korean Wave* itu sendiri oleh media dan respon dari masyarakat. Lee menggunakan metode

²³ Sue Jin Lee, "The Korean Wave: The Seoul of Asia," *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* Vol 2, No.1 (Spring, 2011).

perbandingan analisis *framing* terhadap *Korean Wave* di Amerika, Asia, dan koran-koran Korea. Kerangka konseptual yang digunakan Lee untuk melihat *Korean Wave* sebagai budaya populer yang menyebar diberbagai negara di dunia adalah *nation branding* Coltman, yang mana menurutnya *nation branding* merupakan usaha dari suatu negara untuk membangun dan mengelola reputasi citra/*image* negara yang dalam hal ini melalui budaya populer *Korean Wave*. Popularitas *Korean Wave* tersebut menimbulkan dampak positif seperti meningkatnya hubungan luar negeri, berkembangnya sektor pariwisata, dan secara umum berdampak terhadap terciptanya citra positif Korea Selatan pada tatanan internasional. Sehingga Lee menyimpulkan melalui fenomena *Korean Wave* ini bahwa, budaya merupakan elemen yang sangat penting dalam menciptakan *nation brand image*. Tulisan ini membantu penulis dalam melihat penyebaran *Korean Wave* ke berbagai negara di Asia dan diplomasi publik yang dilakukannya.

Studi pustaka kedua, Cho Hae-Joang “*Reading The ‘Korean Wave’ as A Sign of Global Shift*”,²⁴ Cho mengatakan bahwa *Korean Wave* muncul sebagai salah satu alternatif yang digunakan pemerintah Korea Selatan untuk tetap bertahan dalam krisis finansial Asia tahun 2007, saat dimana dunia dipenuhi dengan kapitalisme. Dalam tulisan ini Cho juga melihat *Korean Wave* dari tiga perspektif yang berbeda, yaitu nasionalisme, neoliberalisme, dan post-colonialisme. Menurut perspektif nasionalisme, Cho menilai bahwa dorongan untuk mengembangkan kebudayaan Korea merupakan suatu reaksi rasa nasionalisme terhadap negaranya, yang didukung dengan krisis ekonomi yang pernah melanda Korea Selatan tahun 1997. Selain itu,

²⁴Cho Hae-Joang, *Reading the “Korean Wave” as a Sign of Global Shift*, Korean Journal/winter 2005.

rasa nasionalisme muncul akibat rasa anti terhadap Jepang dan Amerika pada masa kolonialisme. Berdasarkan perspektif neoliberalisme, *Korean Wave* dijadikan sebagai sebuah orientasi pasar, dimana tidak hanya melibatkan drama, film, dan musik saja tetapi juga makanan, alat-alat elektronik dan make-up yang menjadikan negara-negara pengonsumsi sebagai orientasi pasar. Perspektif yang terakhir post-kolonialisme, melihat *Korean Wave* merupakan hasil dari modernisasi, kapitalisme serta homogenisasi kebudayaan global yang pada dasarnya perkembangan *Korean Wave* tidak lepas dari perkembangan budaya dan nilai-nilai barat yang masuk ke Asia terutama ke negara Korea Selatan dan dilokalisasi sesuai dengan kebudayaan Korea Selatan sendiri. Tulisan Cho ini memberikan kontribusi bagi penulis dalam melihat bagaimana *Korean Wave* dijadikan sebagai alat diplomasi bagi Korea Selatan.

Studi pustaka ketiga, sebuah *paper* berjudul “*Pop Culture as an Instrument for global public diplomacy: a Case Study of the Influences of the Korean Wave on Asian Publics,*” yang ditulis oleh Jiyeon So.²⁵ 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. 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

²⁵Jiyeon So, “Pop Culture as an Instrument for Global Public Diplomacy: a Case Study of the influences of The Korean Wave on Asian Publics,” 2016.

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 dimata masyarakat Internasional meningkat. Tulisan ini memberikan informasi bagi penulis dalam melihat cara dan gambaran praktek diplomasi yang dilakukan Korea Selatan melalui *Korean Wave*.

Studi pustaka keempat, yaitu artikel yang berjudul “*Hallyu Power, A Focus on Soft Power in Lee Myung Bak’s Cultural Policy*,” yang ditulis oleh Yurena Kalshoven.²⁶ Pada artikel tersebut, Yurena menyatakan bahwa pemerintahan Lee Myung Bak menggunakan kebijakan budaya sebagai *soft power* Korea Selatan dari tahun 2008-2011. Pada masa pemerintahan Lee, kepopuleran budaya Korea menjadi keuntungan ekonomi Korea Selatan. Ditahun 2008 pemerintah membuat *white paper* untuk mendokumentasikan gambaran kebijakan-kebijakan yang telah dipublikasikan pemerintahan sebelumnya. Dokumen *white paper* digunakan untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan tersebut dalam menjaga keberlanjutan pembangunan industri Korea. Pada artikel ini juga dimuat hasil kebijakan yang telah dilaksanakan seperti ekspor dan impor beberapa tahun sebelumnya. Pemerintahan Lee Myung Bak menambahkan instrumen kebijakan baru yakni, *The Korea Creative Content Agency* (KOCCA) atau disebut juga *soft power* bagi Korea Selatan.

²⁶ Yurena Kalshoven, “Hallyu Power, A Focus on Soft Power in Lee Myung Bak’s Cultural Policy”, Master Studies, MA Asian Studies 120EC, Korean Studies, 2014.

Kalshoven menjelaskan bahwa pada tahun 2009 agenda pemerintahan Republik Korea Selatan selanjutnya adalah meningkatkan kompetisi global dan ekspansi budaya Korea Selatan ke luar negeri. Negara tujuan ekspansi budaya Korea Selatan adalah Amerika, Tiongkok, Jepang, dan Eropa. Pada tahun selanjutnya, pemerintah mengikuti tren pasar global dan fokus kepada *broadcasting* dengan peningkatan *smartphone* dan *smart TV* ke Eropa, Tiongkok, dan Jepang. Pada tahun 2011, pemerintah Korea Selatan lebih berfokus kepada bantuan penyebaran *Hallyu* ke luar negeri dengan adanya *smartphone* dan jaringan sosial serta kerjasama dengan perusahaan-perusahaan IT. Tulisan ini menjelaskan dan memberikan informasi bagi penulis mengenai kebijakan Presiden Lee Myung Bak dalam diplomasi budaya dari awal menjabat hingga tahun 2011, yang mana di masa itu pemerintahan Korea Selatan melakukan upaya diplomasi yang intens ke Indonesia.

Studi pustaka kelima, penulis merujuk pada tulisan yang berjudul "*Korean Wave as a Tool for Korea's New Cultural Diplomacy*", yang ditulis oleh Gunjoo Jang dan Won K. Paik.²⁷ Dalam tulisan ini dijelaskan bagaimana budaya populer Korea Selatan digunakan sebagai alat diplomasi yang telah merambat dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat negara lain mulai dari negara kecil di Asia Timur menyebar ke negara Asia Timur lainnya, hingga ke Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika. Pengaruh globalisasi merupakan faktor utama penyebaran *Korean Wave*. Media yang digunakan oleh Korea Selatan untuk menyebarkan pengaruh budaya populer dari negaranya sendiri yakni melalui drama televisi dan *K-Pop vocal group* (*Boyband* dan

²⁷Gunjoo Jang, dan Won K. Paik, "Korean Wave as a Tool for Korea's New Cultural Diplomacy," *Scientific Research*, Vol.2 No.3, 2012.

Girlband). Tulisan ini memberikan kontribusi dalam melihat bagaimana Korea Selatan menjadikan budaya poplarnya sebagai alat dalam melakukan diplomasi dan bagaimana penyebarannya ke berbagai negara.

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 dari tujuan suatu penelitian yang hendak dicapai.²⁸ 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. 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 di kalangan masyarakat internasional.²⁹

Diplomasi dikategorikan menjadi dua, yaitu *first track diplomacy* dan *multi track diplomacy*. Menurut Jeffrey Mependery dalam tulisannya "*Track One and A Half Diplomacy and The Contemporer of Tracks*".³⁰ *First track diplomacy* melibatkan pemerintah dengan pemerintah (*government to government*), sifatnya rahasia, dan

²⁸ Yanuar Ikbar, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, (Bandung: PT.Refika Aditama, 2012), hal 88.

²⁹ K.J. Holsti, "*International Politics, A Framework fo Analysis*," Third Edition, (New Delhi: Prentice of India, 1984), hal 82-83.

³⁰ Mefendence Jeffrey, "*Track One and A Half Diplomacy and The Contemporer of Tracks: Culture People of Peace*," hal 2-3.

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 people relations*.³¹

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 kesalahan persepsi tersebut terjadi.³² 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.³³ Diplomasi publik juga diartikan sebagai usaha yang dilakukan pemerintahan suatu negara untuk mempengaruhi publik atau opini negara lain dengan tujuan menyusun target kebijakan untuk menghasilkan keuntungan.³⁴ Terdapat proses komunikasi dalam diplomasi publik yang berguna untuk membangun hubungan

³¹ Louise Diamond and John McDonald, *“Multi-Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace Third Edition,”* (Kumarin Pres 1996), hal 7.

³² Mefendence Jeffrey, hal 2-3.

³³ Ibid.4.

³⁴ Evan H. Potter, Ph.D, “Discussion Papers in Diplomacy: Canada and the New Public Diplomacy,” hal.3, http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf , (diakses pada 20 Mei 2018).

internasional positif sehingga terciptalah kesepakatan terhadap negara tertentu dalam membangun citra nasional yang baik.³⁵ Diplomasi publik tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi, namun juga untuk menciptakan informasi dua arah. Informasi dua arah ini maksudnya untuk mengetahui bagaimana respon yang diberikan oleh masyarakat dari negara asing tersebut guna melakukan pendekatan yang lebih baik serta melakukan revisi pada kebijakan luar negeri.³⁶ Mark Leonard menjelaskan bahwa terdapat empat tujuan utama diplomasi publik yang dijalani negara, antara lain:³⁷

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.

³⁵Dennis .F. Kinsey, Ph.D dan Myojung Chung, “National Image of South Korea: Implications for Public Diplomacy”, hal.2, <http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=exchange> (diakses pada 20 Mei 2018).

³⁶ Nicholas J.Cull. CP, “Perspective on Public Diplomacy: Lessons From The Past,” Los Angeles: Figueroa Press, 2013, hal 12-13, <http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/publications/perspectives/CPDPerspectivesLessons.pdf> , (diakses pada 20 Mei 2018).

³⁷Kristen Bound, dkk, *Culture is a Central Component of International Relations. It's time to unlock its full potential*, London: Demos, 2007, hal 23-24.

Kegiatan diplomasi publik adalah seperangkat tindakan yang berdampak pada persepsi individu global dari negara tertentu. Kegiatan diplomasi publik dapat dilihat sebagai sumber daya suatu negara yang digunakan secara komunikatif, seperti pameran budaya, program pertukaran pendidikan dan perjanjian perdagangan bebas.³⁸

Dalam diplomasi publik menurut Mark Leonard ada tiga dimensi penting yang harus dijalankan oleh suatu negara, dan hal ini harus dipenuhi karena menentukan keberhasilan dari diplomasi publik suatu negara ketiga dimensi tersebut yaitu:³⁹

1. News Management

Dimensi pertama adalah bagaimana manajemen komunikasi/berita pada isu-isu sehari-hari (*daily communication*), yang mencerminkan kebutuhan dan menyelaraskan komunikasi serta mengontekstualisasikan berita dengan upaya diplomasi yang dilakukan. *Daily communications* sendiri menjelaskan tentang konteks domestik dan pembuatan keputusan. Bereaksi terhadap peristiwa yang terjadi. Selanjutnya, pemerintah akan memberikan perhatian besar untuk bagaimana caranya dan seperti apa menyampaikan ke medianya agar tepat sasaran dan strategis. Diplomasi publik disini berusaha untuk mendukung diplomasi tradisional yang dilakukan dengan mengatasi *audiens* non-pemerintah, baik massamaupun elit. Hal ini berarti bahwa kedutaan harus merencanakan strategis diplomasi publik dan mengeksplorasi sudut komunikasi dari semua kegiatan mereka setiap hari. Dalam aspek ini media luar negeri juga harus menjadi target penting yang utama dalam diplomasi publik bukan hanya media lokal meskipun sebagian besar TV, radio, dan

³⁸Ibid, hal. 3.

³⁹ Mark Leonard, *Public Diplomacy*, The Foreign Policy Center, 2002, hal.9.

media cetak masih dibuat dengan *audiens* nasional atau lokal, jaringan para koresponden luar negeri akan memastikan bahwa pesan-pesan itu dipindahkan dari satu daerah ke daerah lain. Hal ini perlu disikapi dengan persiapan yang baik dengan kapabilitas respon yang cepat tujuannya untuk memperbaiki kesalahan informasi dengan secepat mungkin.⁴⁰

2. *Strategic Communication*

Aktifitas di aspek kedua ini merupakan simbol dari rencana yang akan dilakukan oleh sebuah pemerintah dalam tahun-tahun berikutnya. Tujuannya untuk menguatkan dan membantu kebijakan pemerintah. Strategi komunikasi adalah seperangkat kegiatan yang lebih seperti kampanye politik yang menetapkan sejumlah pesan strategis dan merencanakan serangkaian kegiatan lebih dari satu tahun untuk memperkuat upaya diplomasi yang dilakukannya. Pada aspek kedua ini, penting bagi semua organisasi diplomasi publik untuk memiliki kepentingan dalam totalitas pesan yang dikeluarkan tentang negara tersebut, dan bagaimana mereka dapat bekerjasama dalam mempromosikannya. Pemerintah secara tradisional mampu mengkomunikasikan pendirian dan tujuan mereka pada isu-isu tertentu, tetapi kurang efektif dalam mengelola persepsi negara secara keseluruhan. Salahsatu contohnya adalah terdapat berbagai institusi bertanggung jawab untuk berurusan dengan politik, perdagangan, pariwisata, investasi, dan hubungan budaya dengan negara lain. Namun dalam banyak hubungan tersebut, harus ada totalitas pesan yang orang dapatkan, dan

⁴⁰Ibid, hal 12-13.

nantinya akan menentukan bagaimana mereka berhubungan dengan negara kita dan secara bersama mempromosikannya.⁴¹

3. *Relationship Building*

Dengan mengembangkan hubungan yang terus-menerus dan berjangka panjang dapat membantu untuk menentukan keberhasilan diplomasi publik suatu Negara. Hal ini dapat dilakukan, dengan menekankan pada individu sebagai aktor kunci seperti melalui pemberian beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, dan akses kepada saluran-saluran media. Hal ini adalah tentang bagaimana mengembangkan hubungan diantara rekan-rekan politisi, penasihat khusus, pengusaha, budayawan, dan akademisi. Pentingnya dimensi ini karena suatu hubungan itu tidak hanya untuk bagaimana berusaha mengembangkannya, tetapi juga untuk memastikan bahwa pengalaman yang diambil oleh individu positif dan ada tindak lanjut sesudahnya. Ketiga aspek ini memiliki peran yang penting untuk menciptakan kesan yang baik di dalam dunia politik internasional.⁴²

Berdasarkan penjelasan pada kerangka konsep, penulis akan menganalisis dari program-program diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia dengan memakai pendekatan yang dijelaskan oleh Mark Leonard. Pada akhirnya, akan terlihat bagaimana usaha dan faktor apa yang mendukung keberhasilan diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia.

⁴¹Ibid, hal. 14-17.

⁴²Ibid, hal. 18-20.

1.8 Metodologi Penelitian

Metodologi dalam arti luas merujuk kepada proses, prinsip serta prosedur yang digunakan untuk mendeteksi masalah dan mencari jawaban dari permasalahan tersebut yang mempunyai langkah-langkah sistematis.⁴³ Metodologi juga didefinisikan sebagai prosedur yang dilakukan seorang peneliti dalam mendeskripsikan, menjelaskan, dan meramalkan atau memprediksi sebuah fenomena, atau dengan kata lain prosedur bagaimana pengetahuan tentang fenomena tersebut diperoleh.⁴⁴

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan data-data yang dikumpulkan dari berbagai macam sumber. Menurut Stravis dan Corbin, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dimana hasil dari penelitian tersebut tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain seperti kuantitatif (pengukuran).⁴⁵ Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berusaha mengkonstruksi dan memahami maknanya sehingga penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otensitas, mengutamakan penggunaan logika induktif dimana kategorisasi dilahirkan dari perjumpaan peneliti dan informan dilapangan atau data-data yang ditemukan, sehingga penelitian kualitatif bercirikan informasi yang berupa ikatan konteks yang

⁴³ Prof. Dr. Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

⁴⁴ Mochtar Mas'oed, *Ilmu Hubungan Internasional; Disiplin dan Metodologi*, (Jakarta; LP3ES,1994), hal 2-3.

⁴⁵ Jane Ritchie and Jane Lewis, *Qualitative Research Practice; A Guide for Social Science Students and Researchers*, (London; Sage Publications,2003), hal 3.

akan menggiring pada pola-pola atau teori yang akan menjelaskan fenomena sosial tersebut.⁴⁶Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif analisis, dimana analisis dilakukan dengan mengkaji fenomena yang dibahas menjadi lebih rinci dengan mendeskripsikan ucapan, tulisan atau perilaku dari suatu individu, kelompok, organisasi maupun negara.⁴⁷Eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel melalui penggunaan teori dan konsep-konsep dalam menjelaskan suatu fenomena.⁴⁸

1.8.2 Batasan Penelitian

Batasan masalah penelitian ini mengacu pada rentang waktu 2008 sampai 2017, ketika dikeluarkan kebijakan *for a global Korea* melalui *Korean Wave* yang di dokumentasikan ke dalam *diplomatic white paper* pada masa pemerintahan Lee Myung-bak.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis merupakan objek kajian yang perilakunya akan dijelaskan, dideskripsikan dan dianalisis.⁴⁹Unit analisis pada penelitian ini adalah Korea Selatan yang meliputi pemerintah dan non-pemerintah. Sementara variabel yang dapat mempengaruhi perilaku unit analisis disebut sebagai unit eksplanasi. Unit eksplanasi penelitian ini yaitu Indonesia sebagai target pasar *Korean Wave*. Level analisis dalam

⁴⁶Gumilar Ruslim A Somantri, "Memahami Metode Kualitatif", Jurnal Social Humaniora, Vol.9, No.2, 2005, hal 58.

⁴⁷Gumilar Ruslim A Somantri, *ibid*.

⁴⁸ Mochtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional, Disiplin dan Metodologi, (Pusat Antar Universitas-Studi Sosial Universitas Gajah Mada, LP3E: Yogyakarta,1990), hal 261-286.

⁴⁹Ibid, hal 108.

studi hubungan internasional membantu ditingkat mana analisis dalam penelitian ini akan ditekankan.⁵⁰ Level analisis dalam penelitian ini adalah negara.

1.8.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan menggunakan sumber data sekunder berupa jurnal, artikel, dokumen yang dikeluarkan pemerintahan Korea Selatan, serta media-media online dan cetak. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah studi kepustakaan.⁵¹ Kegiatan penelitian pertama yang akan dilakukan adalah mencari dan mempelajari sumber-sumber informasi berupa penelitian-penelitian sebelumnya, jurnal-jurnal, referensi-referensi dan dokumen terkait dengan topik penelitian. Kedua, peneliti akan melakukan observasi melalui situs resmi Korea Selatan dan Indonesia, dokumen-dokumen resmi seperti *framework agreement*, *diplomatic white paper*, dan jurnal serta artikel. Setelah data terkumpul, penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis data dengan menggunakan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya.

1.8.5 Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan proses yang bersifat berkelanjutan tentang gambaran terhadap data, menampilkan pertanyaan-pertanyaan analisis dan menulis catatan singkat selama penelitian.⁵² Penggunaan teknik analisis data sangat dibutuhkan karena data yang diperoleh akan sangat banyak dan bervariasi. Teknik analisa data pada penelitian ini dimulai dari diplomasi publik Korea Selatan dan menjadi salah satu negara yang memiliki pengaruh global melalui program *Korean Wave*. Peneliti

⁵⁰Ibid, hal 35.

⁵¹ John W. Creswell, *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, Edisi ke 4, (California, SAGE Publications: 2013), hal 261.

⁵²Ibid, hal. 274.

menggunakan konsep diplomasi publik oleh Mark Leonard dalam menganalisa faktor keberhasilan diplomasi publik Korea Selatan melalui program *Korean Wave* di Indonesia. Terdapat tiga dimensi penting yang harus dijalankan oleh suatu Negara, untuk menentukan keberhasilan diplomasi publik, yaitu *News Management*, *Strategis Communication*, dan *Relationship Building*. Pemikiran dan asumsi dari konsep tersebut akan peneliti gunakan sebagai pisau analisis untuk membedah diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan dan menggambarkan mengenai penelitian yang akan dilakukan dan menjelaskannya ke dalam beberapa bagian yang memuat latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II *Korean Wave* sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan

Bab ini menjelaskan apa itu *Korean Wave* dan bagaimana Korea Selatan menjadikan *Korean Wave* sebagai alat dalam melakukan diplomasi publiknya. Dilihat dari bagaimana proses perkembangan diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan.

BAB III *Korean Wave* di Indonesia

Bab ini menjelaskan bagaimana masuknya *Korean Wave* di Indonesia dan dampaknya terhadap politik, ekonomi, dan sosial budaya Indonesia.

BAB IV Analisis faktor keberhasilan diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia.

Bab ini menjelaskan bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Indonesia dan melihat keberhasilan diplomasi publiknya tersebut, dengan mengaitkan menggunakan konsep diplomasi publik Mark Leonard.

BAB V Penutup

Bab ini berisikan makna, interpretasi, ide-ide dan pengetahuan terpenting yang penulis ciptakan dari penelitian dan cakupan kontribusi yang bisa diberikan untuk lingkungan akademis.

