

**STRATEGI *SOFT POWER* KOREA SELATAN MELALUI SM
ENTERTAINMENT DI INDONESIA TAHUN 2019-2024**

SKRIPSI

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

Oleh:

DHEA AZMIHUL SAKINAH

2110851017



Dosen Pembimbing:

Dr. Sofia Trisni, S.IP., MA(IntRel)

Silvi Cory, S.Pd., M.Si

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

2025

ABSTRAK

Soft power menempati posisi penting dalam instrumen strategis negara dalam membangun citra dan pengaruh global. Korea Selatan merupakan contoh negara yang berhasil memanfaatkan budaya populer sebagai *soft power*, terutama melalui fenomena *hallyu*. Salah satu aktor utama dalam penyebaran *hallyu* adalah SM Entertainment, agensi hiburan yang berperan aktif dalam mendukung visi *Global Korea* melalui penyebaran budaya Korea Selatan ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *soft power* Korea Selatan melalui SM Entertainment di Indonesia pada tahun 2019-2024. Penelitian mengenai topik ini masih minim, terutama yang secara khusus mengkaji bagaimana SM Entertainment sebagai aktor non negara merancang dan menjalankan strategi *soft power* di Indonesia. Sebagian besar studi sebelumnya hanya membahas dampak umum *Hallyu* atau strategi diplomasi budaya oleh negara, tanpa menelaah strategi konkrit aktor swasta dalam mendukung visi diplomasi budaya Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *power behaviors* dari Joseph Nye yang terdiri atas *agenda setting*, *attraction*, dan *persuasion* yang belum banyak digunakan dalam kajian serupa, sehingga memberikan kontribusi konseptual dan praktis. Penelitian ini menemukan bahwa SM Entertainment menggunakan konser, media digital, dan kerja sama institusional untuk mengarahkan persepsi masyarakat Indonesia terhadap keinginan Korea Selatan menjadi pusat kebudayaan global melalui visi *Global Korea*. Strategi-strategi ini secara tidak langsung mendukung pencapaian visi *Global Korea* dengan memperkuat citra Korea Selatan sebagai kekuatan budaya di tingkat internasional.

Kata Kunci: Strategi *Soft Power*, SM Entertainment, Korea Selatan, *Hallyu*, Diplomasi budaya, Indonesia.



ABSTRACT

Soft power occupies an important position in a country's strategic instruments in building its global image and influence. South Korea is an example of a country that has successfully utilized popular culture as soft power, particularly through the hallyu phenomenon. One of the main actors in the spread of hallyu is SM Entertainment, an entertainment agency that plays an active role in supporting the Global Korea vision through the dissemination of South Korean culture to various countries, including Indonesia. This study aims to analyze South Korea's soft power strategy through SM Entertainment in Indonesia from 2019 to 2024. Research on this topic is still limited, especially studies that specifically examine how SM Entertainment, as a non-state actor, designs and implements soft power strategies in Indonesia. Most previous studies have only discussed the general impact of Hallyu or the cultural diplomacy strategies of the state, without examining the concrete strategies of private actors in supporting South Korea's cultural diplomacy vision. This study uses Joseph Nye's power behaviors approach, which consists of agenda setting, attraction, and persuasion, which has not been widely used in similar studies, thus providing conceptual and practical contributions. This study found that SM Entertainment uses concerts, digital media, and institutional collaborations to shape Indonesian public perception of South Korea's aspiration to become a global cultural hub through the Global Korea vision. These strategies indirectly support the achievement of the Global Korea vision by strengthening South Korea's image as a cultural powerhouse on the international stage.

Keywords: *Soft Power Strategy, SM Entertainment, South Korea, Hallyu, Cultural Diplomacy, Indonesia.*

