

**DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI K-POP
KE INDONESIA (2021-2024)**

SKRIPSI

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

Oleh:

CYNDY AMELYA

2110852003



Dosen Pembimbing:

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

Silvi Cory, S.Pd, M.Si

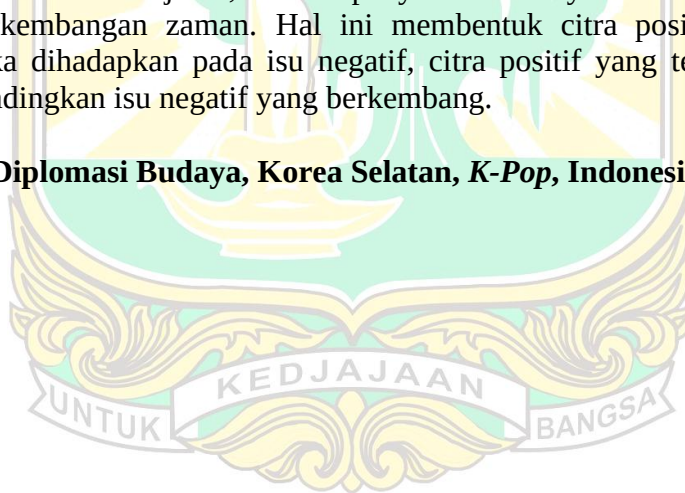
**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan diplomasi budaya yang dilaksanakan oleh Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia pada rentang waktu 2021-2024. Topik ini menarik karena Korea Selatan dihadapkan pada permasalahan rasisme setelah beberapa masyarakatnya melakukan tindakan rasis terhadap masyarakat Indonesia yang memicu kemarahan publik hingga berujung pada munculnya stereotip dan seruan berhenti mengonsumsi budaya Korea. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang telah tersedia seperti buku, artikel jurnal, artikel berita, diskusi di media sosial, *website* resmi pemerintah, serta hasil survei lembaga terpercaya. Konsep yang digunakan adalah diplomasi budaya Patricia M. Goff yang mencakup tiga strategi utama, yaitu: koneksi, konsistensi, dan inovasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia secara dominan dilaksanakan dengan berupaya membangun hubungan yang baik terhadap masyarakat melalui berbagai jaringan yang terlibat seperti instansi negara, idola *K-Pop*, perusahaan swasta, komunitas penggemar, media, dan *influencer*. Upaya membangun hubungan ini menjadi strategi yang paling terlihat dalam diplomasi budaya Korea Selatan ke Indonesia. Selain itu, diplomasi budaya melalui *K-Pop* juga dijalankan dengan pembentukan kebijakan dan pelaksanaan program secara berkelanjutan, serta penyebarluasannya dilakukan dengan mengikuti perkembangan zaman. Hal ini membentuk citra positif yang kuat sehingga ketika dihadapkan pada isu negatif, citra positif yang terbentuk lebih dominan dibandingkan isu negatif yang berkembang.

Kata Kunci: Diplomasi Budaya, Korea Selatan, *K-Pop*, Indonesia, Rasisme



ABSTRACT

This study aims to explain South Korea's cultural diplomacy through K-Pop to Indonesia between 2021-2024. This topic is interesting because South Korea faced a racism problem after some of its citizens committed racist acts against Indonesian citizens, which sparked public outrage and led to the emergence of stereotypes and calls to stop consuming Korean culture. This study employs a qualitative approach with a descriptive-analytical research design. Data was collected through literature reviews from various available sources, including books, journal articles, news articles, discussions on social media, official government websites, as well as survey results from reputable institutions. The research adopts Patricia M. Goff's concept of cultural diplomacy, which includes three main strategies: connection, consistency, and innovation. The research findings indicate that South Korea's cultural diplomacy through K-Pop to Indonesia is dominantly carried out by striving to build good relationships with the public through various networks involved, such as government agencies, K-Pop idols, private companies, fan communities, media, and influencers. These efforts to build relationships are the most visible strategy in South Korea's cultural diplomacy to Indonesia. Furthermore, cultural diplomacy through K-Pop is also carried out by formulating policies and implementing sustainable programs, with the dissemination adapted to keep pace with the times. This forms a strong positive image so that when faced with negative issues, the positive image that has been formed is more dominant than the negative issues that arise.

Keywords: Cultural Diplomacy, South Korea, K-Pop, Indonesia, Racism

