

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Diplomasi budaya saat ini memegang peranan penting dalam studi Hubungan Internasional. Diplomasi budaya merupakan praktik pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek budaya lainnya antar bangsa dan masyarakatnya untuk menciptakan rasa saling pengertian.<sup>1</sup> Banyak negara yang telah melakukan praktik diplomasi budaya untuk membangun citra positif dan memperkuat posisinya dalam hubungan internasional, salah satunya Korea Selatan dengan mengandalkan *K-Pop* sebagai kekuatan utama dalam diplomasi budayanya.<sup>2</sup>

*K-Pop* atau *Korean Pop* merupakan salah satu genre musik populer asal Korea Selatan yang telah menjadi industri musik global dengan pengaruh besar di berbagai negara. Grup-grup seperti BTS, Blackpink, dan NCT tidak hanya meraih popularitas internasional, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Korea Selatan melalui penjualan album, konser, dan penjualan berbagai produk terkait. Antusiasme global terhadap *K-Pop* tercermin dari peningkatan jumlah penggemar budaya Korea yang mencapai 178 juta pada tahun 2022, meningkat 18 kali lipat dibandingkan satu dekade sebelumnya.<sup>3</sup>

Namun di tengah popularitasnya, *K-Pop* dihadapkan pada tantangan terkait isu rasisme yang dilakukan sekelompok masyarakat Korea. Berdasarkan data US News & World Report pada tahun 2023, Korea menempati urutan ke-9 dari 79

---

<sup>1</sup> Patricia M. Goff, "Cultural Diplomacy," in *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine, and Ramesh Thakur (Oxford: Oxford University Press, 2013), 2.

<sup>2</sup> Rebecca Murphy and AI, *K-pop Market Impact* (Heimdal: Publifeye AS, 2025), n.p.

<sup>3</sup> "Fan Hallyu Meroket 18 Kali Lipat, Apa Rahasia K-Pop Bisa Mendunia?," CNN Indonesia, last modified May 14, 2023, accessed February 28, 2025, <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20230514231631-113-949472/fan-hallyu-meroket-18-kali-lipat-apa-rahasia-k-pop-bisa-mendunia>.

negara terkait isu rasisme.<sup>4</sup> Peringkat ini naik di tahun 2024, di mana pada survei yang melibatkan 17.000 responden dari 89 negara, Korea Selatan menjadi peringkat ke-5 sebagai negara terburuk dalam keadilan rasial.<sup>5</sup> Naiknya peringkat ini menunjukkan bahwa tindakan rasis yang dilakukan sekelompok masyarakat Korea semakin menjadi sorotan di berbagai negara, salah satunya Indonesia.

Di Indonesia, tindakan rasis yang dilakukan sekelompok masyarakat Korea menimbulkan reaksi dan kemarahan publik. Salah satu kasus mencuat pada tahun 2021 di mana beredar video seorang pria Korea menghina YouTuber Indonesia, Indah Asmigianti, yang mengatakan wajah wanita tersebut buruk dan derajat orang Korea berada di atas orang Indonesia. Akibatnya, warganet Indonesia beramai-ramai menyerang akun Instagram pelaku.<sup>6</sup> Bahkan, mereka turut menyerang akun Instagram Kedutaan Besar Korea hingga akhirnya kolom komentarnya terpaksa ditutup. Isu ini diberitakan di berbagai media termasuk dalam YouTube tvOneNews yang telah mendapat 1,3 juta *views* hingga 2025.<sup>7</sup>

Pada tahun 2024, Korea Selatan kembali menjadi perhatian masyarakat Indonesia setelah beberapa masyarakatnya bertindak rasis dalam forum diaspora Korea di Indonesia bernama Indosarang. Dalam forum tersebut, terdapat komentar rasis yang mengatakan kulit perempuan Indonesia hitam dan paling jelek di Asia

---

<sup>4</sup> Ade S, "Rasisme di Korea Selatan: Didorong Jepang, Dimuliakan Konsep Darah Murni," National Geographic Indonesia, last modified June 13, 2024, accessed February 5, 2025, <https://nationalgeographic.grid.id/read/134104943/rasisme-di-korea-selatan-didorong-jepang-dimuliakan-konsep-darah-murni>.

<sup>5</sup> Steven R. Johnson, "The 10 Worst Countries for Racial Equity," USNews.com, last modified September 9, 2024, accessed February 5, 2025, <https://www.usnews.com/news/best-countries/slideshows/worst-countries-for-racial-equity?onepage>.

<sup>6</sup> Rizky L. Pratama, "Viral Pria Korea Selatan Rasis, Sebut Wanita Indonesia Jelek dan Orang Korsel di Atas Indonesia," KompasTV, last modified March 12, 2021, accessed April 30, 2025, <https://www.kompas.tv/amp/nasional/154688/viral-pria-korea-selatan-rasis-sebut-wanita-indonesia-jelek-dan-orang-korsel-di-atas-indonesia?page=all>.

<sup>7</sup> tvOneNews, "Pemuda Korea Hina Indonesia, Bikin Warganet Geram!" *YouTube*, March 10, 2021, accessed February 5, 2025, <https://youtu.be/XtHsiJh13zs?si=azgOJ0xY1N8PcAdW>.

Tenggara. Selain itu, terdapat juga komentar yang menyebut pemeluk agama Islam di Indonesia bodoh. Komentar ini viral dan memicu berbagai kecaman hingga seruan agar orang-orang Korea yang rasis tersebut dideportasi ke negaranya.<sup>8</sup> Ini menjadi bukti bahwa rasisme yang dilakukan beberapa masyarakat Korea dapat menimbulkan kemarahan publik di Indonesia.

Kemarahan publik di Indonesia terhadap tindakan rasis beberapa masyarakat Korea turut membentuk stereotip dan seruan untuk berhenti mengonsumsi budaya Korea di media sosial. Hal ini dapat dilihat pada munculnya tagar-tagar seperti *#BoikotKorea* dan *#BoikotKPop* di aplikasi X. Selain itu, stereotip terhadap Korea juga terlihat pada setiap kolom komentar berbagai konten yang membahas kasus rasisme ini, seperti pada video yang diunggah oleh akun TikTok *@geraldvincentt*, di mana sebanyak 5.452 kolom komentar dipenuhi kemarahan dan stereotip negatif seperti: “Udah ga aneh Korea rasis,” “Korea rasis emang parah.”<sup>9</sup> Respon publik terhadap fenomena ini menjadi tantangan nyata bagi perkembangan *K-Pop* di Indonesia.

Namun di tengah isu rasisme ini, *K-Pop* sebagai budaya Korea justru masih mengalami popularitas yang luar biasa di Indonesia. Berdasarkan data dari X, di tahun 2021, Indonesia menjadi negara dengan jumlah unggahan terkait *K-Pop* terbanyak secara global berjumlah 7.5 miliar unggahan.<sup>10</sup> Selain itu, berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan pada tahun 2022 terhadap

---

<sup>8</sup> "Gaduh Kasus Indosarang, Apa Awal Mula Anggapan Orang Korea Rasis?," CNN Indonesia, last modified June 14, 2024, accessed April 30, 2025, <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20240614093629-113-1109742/gaduh-kasus-indosarang-apa-awal-mula-anggapan-orang-korea-rasis>.

<sup>9</sup> Gerald Vincent, "Orang Korea Ngatain Orang Indonesia?! Sampe Bikin Forum Sendiri?," *TikTok*, June 10, 2024, accessed June 25, 2025, <https://vt.tiktok.com/ZSkEppQoA/>.

<sup>10</sup> Felicia A. Handoko, Soerjantini Rahaju, and Ide B. Siaputra, "Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, dan Pemujaan Selebritas pada Penggemar K-Pop," *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesia Journal of Indigenous Psychology* 11, no. 1 (March 2024): 56. <https://doi.org/10.24854/jpu714>.

1.609 masyarakat Indonesia, sebanyak 68% responden mengatakan menyukai *boyband K-Pop* dan 62,5% menyukai *girlband K-Pop*.<sup>11</sup> Hal ini menunjukkan antusiasme masyarakat yang luar biasa terhadap budaya Korea.

Kesuksesan *K-Pop* di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan positif. Pada tahun 2022, tercatat terdapat 21 jumlah konser dan *fan meeting* artis *K-Pop* di Indonesia. Jumlah ini meningkat menjadi 44 konser dan *fan meeting* pada tahun 2023 dan bertambah menjadi 67 acara pada tahun 2024. Selain itu, di tahun 2023 Indonesia menduduki posisi ke-3 sebagai negara dengan jumlah *streaming* musik *K-Pop* terbanyak di dunia dengan 7,4 miliar *streaming* mengalahkan Korea Selatan sebagai negara asal.<sup>12</sup> Tidak sampai di situ, dari survei yang dilakukan Jakpat pada tahun 2024 terhadap 2.131 responden, sebanyak 31% memilih *K-Pop* sebagai genre musik favoritnya.<sup>13</sup> Angka-angka ini menunjukkan betapa populernya budaya *K-Pop* di Indonesia.

Keberlanjutan popularitas *K-Pop* di Indonesia tidak terlepas dari diplomasi budaya yang dijalankan oleh Korea Selatan. Diplomasi budaya ini dijalankan secara aktif salah satunya melalui lembaga resmi Korean Cultural Center Indonesia (KCCI). Setiap tahunnya lembaga ini menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti *K-Pop Academy*, *K-Festival*, dan pemutaran film dokumenter *K-Pop* di berbagai daerah di Indonesia. Pemerintah Korea juga aktif menjalin

---

<sup>11</sup> Risqika N. Tristan and Aries Yulianto, "Pengaruh Celebrity Worship dan Jenis Kelamin terhadap Compulsive Buying pada Penggemar K-Pop Berusia Emerging Adulthood," *Sebatik* 28, no. 1 (Juni 2024): 138. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i1.2462>.

<sup>12</sup> Milatul Zulfa, "Hegemoni K-Pop di Indonesia: Analisis Kritis Industri Budaya Perspektif Madzhab Frankfurt," *Journal ComSosMed* 1, no. 2 (January 2025): 52. <https://ejournal.unggulinsani.or.id/index.php/ComSosMed/article/view/12/12>.

<sup>13</sup> Muhammad A. Irhamni, "Survei Korean Wave: Indonesia Jadi Negara Pusat Hallyu dengan Antusiasme Budaya Korea Tertinggi di Dunia," GoodStats, last modified November 16, 2024, accessed February 16, 2025, <https://goodstats.id/article/survei-korean-wave-indonesia-jadi-negara-pusat-hallyu-dengan-antusiasme-budaya-korea-tertinggi-di-dunia-9f0mf>.

kerjasama dengan media, agensi hiburan, dan figur publik baik dari Korea maupun Indonesia dalam upaya memperluas pengaruh budayanya.<sup>14</sup>

Diplomasi budaya menjadi salah satu strategi bagi Korea Selatan untuk mencapai kepentingan nasional di Indonesia. Melalui diplomasi budaya, Korea Selatan dapat menyebarkan *K-Pop* untuk membangun citra positif dan meredam pandangan negatif yang muncul terhadap negara tersebut.<sup>15</sup> Strategi ini juga dapat mendorong perekonomian Korea Selatan, mengingat Indonesia merupakan pasar potensial bagi industri hiburan Korea.<sup>16</sup> Selain itu, diplomasi budaya digunakan sebagai salah satu strategi Korea Selatan untuk menyebarkan dan memperkuat eksistensi budayanya di tengah masyarakat Indonesia.<sup>17</sup> Dengan demikian, diplomasi budaya menjadi penting untuk terus dijalankan oleh Korea Selatan.

Penelitian ini menjadi relevan karena dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana praktik diplomasi budaya dilaksanakan dalam situasi yang penuh tantangan. Selain itu, studi diplomasi budaya Korea Selatan masih terbatas pada analisis umum tentang penyebaran budaya Korea tanpa mengaitkannya dengan tantangan spesifik yang muncul akibat insiden negatif. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menawarkan perspektif yang lebih komprehensif mengenai bagaimana diplomasi budaya yang dilaksanakan oleh Korea Selatan melalui *K-Pop* di tengah isu negatifnya di Indonesia.

---

<sup>14</sup> "Pengumuman KCCI," Korean Cultural Center, accessed May 1, 2025, <https://id.korean-culture.org/id/1525/board/232/list>.

<sup>15</sup> Goff, "Cultural Diplomacy," 3.

<sup>16</sup> Galuh C. AP, "Snapcart Global Akui Jika Indonesia Jadi Pasar Menggiurkan dan Menguntungkan Bagi Industri K-Pop Korea Selatan," Ringtimes.id, last modified February 14, 2025, accessed March 27, 2025, <https://www.ringtimes.id/dunia/74982784/snapcart-global-akui-jika-indonesia-jadi-pasar-menggiurkan-dan-menguntungkan-bagi-industri-k-pop-korea-selatan>.

<sup>17</sup> Astrid R. Zulkarnain and Karisma N. Suharyono, "K-Pop and Contemporary Cultural Diplomacy: The Influence of K-Pop Idol Neo Culture Technology (NCT) on Indonesia's Cultural Diplomacy in the Digital Age," *Hasanuddin Journal of Strategic and International Studies (HJSIS)* 1, no. 1 (December 2022): 45, doi:10.20956/hjsis.v1i1.24862.

## 1.2 Rumusan Masalah

Isu negatif terkait tindakan rasisme yang dilakukan beberapa masyarakat Korea Selatan terhadap masyarakat Indonesia mulai tersebar luas di media sosial pada tahun 2021. Kejadian yang memicu anggapan Korea Selatan rasis menjadi viral di Indonesia setelah tersebar video dari *platform* OmeTV di mana seorang pria Korea menghina YouTuber Indonesia dengan mengatakan bahwa wajah perempuan tersebut buruk dan derajat orang Korea berada di atas orang Indonesia. Insiden ini memicu kemarahan di kalangan warganet Indonesia hingga seruan untuk berhenti mengonsumsi budaya Korea. Meskipun demikian, *K-Pop* sebagai salah satu budaya Korea justru masih mengalami popularitas yang luar biasa di Indonesia yang dibuktikan dengan banyaknya jumlah unggahan terkait *K-Pop* pada aplikasi X, tingginya jumlah *streaming* musik *K-Pop*, sampai dengan peningkatan jumlah konser *K-Pop* pada rentang waktu tersebut. Hal ini memunculkan anomali yang perlu diteliti. Jika merujuk pada konsep diplomasi budaya, popularitas *K-Pop* ini tidak terlepas dari praktik diplomasi budaya yang dijalankan oleh negara tersebut sehingga popularitas *K-Pop* dapat bertahan di tengah isu negatifnya yang berkembang di Indonesia. Hal ini pada akhirnya menarik perhatian peneliti untuk mengetahui bagaimana diplomasi budaya Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia pada rentang waktu 2021-2024.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana diplomasi budaya Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia pada tahun 2021-2024?”

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan diplomasi budaya yang dilaksanakan oleh Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia pada rentang waktu 2021-2024 yang berkontribusi terhadap popularitas budayanya saat ini.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis tentang diplomasi budaya dengan mengintegrasikan teori Patricia M. Goff yang menyoroti panduan cara melakukan diplomasi budaya di era modern yang dapat memperkuat citra positif dan mengimbangi kesan negatif serta stereotip yang muncul, khususnya dalam konteks *K-Pop* sebagai budaya populer Korea Selatan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi rekomendasi strategis bagi pemerintah di berbagai negara termasuk Indonesia untuk memaksimalkan praktik diplomasi budaya dalam membangun persepsi positif dan membangun kepercayaan pada masyarakat asing di luar negara.

#### **1.6 Studi Pustaka**

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa sumber penelitian lain untuk dijadikan sebagai rujukan dalam menyusun penelitian terkait dengan topik ini. Sumber yang dijadikan sebagai rujukan menjadi landasan penulis dalam mengembangkan penelitian ini dari mulai mencari fenomena, teori, aktor-aktor yang terlibat, sampai dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh aktor. Sumber yang dirujuk berupa artikel jurnal yang relevan dengan topik sehingga dapat membantu penulis dalam menganalisis topik yang diangkat.

Sumber pertama yaitu artikel jurnal berjudul *Tendentious Actions, Racism, or Bad Prejudice?: Examining the Relations of Ethnocentrism and Xenophobia in the Contemporary South Korea* yang ditulis oleh Darynaufal Mulyaman dan Achmad Ismail, diterbitkan pada tahun 2021 dalam *Andalas Journal of International Studies (AJIS)*, volume 10, nomor 2.<sup>18</sup> Artikel ini menyoroti bagaimana etnosentrisme dalam masyarakat Korea Selatan berkontribusi terhadap tindakan rasisme dan prasangka terhadap budaya lain, termasuk Indonesia. Artikel ini berargumen bahwa sikap superioritas budaya yang dimiliki masyarakat Korea Selatan, yang berkembang sejak masa kolonial hingga saat ini, menjadi faktor utama dibalik kurangnya sensitivitas budaya dalam interaksi mereka dengan bangsa lain. Studi ini menggunakan konsep etnosentrisme untuk menjelaskan bagaimana tindakan rasisme masyarakat Korea Selatan ini terjadi.

Artikel ini menjadi landasan bagi penulis dalam melihat tindakan-tindakan rasisme yang dilakukan oleh masyarakat Korea terhadap non-etnis Korea termasuk Indonesia. Artikel ini juga memberikan gambaran kepada penulis tentang bagaimana isu negatif Korea Selatan ini menjadi pembicaraan di dunia termasuk di Indonesia. Berangkat dari fenomena yang sama, penulis mencoba menghadirkan hal baru dalam penelitian ini dengan berupaya menganalisis fenomena rasisme masyarakat Korea Selatan dengan perkembangan budaya *K-Pop* yang pesat di Indonesia menggunakan konsep yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini akan memperkaya diskusi dengan melihat bagaimana *soft power* Korea Selatan dapat bertahan di tengah tantangan sosial yang muncul.

---

<sup>18</sup> Darynaufal Mulyaman and Achmad Ismail, "Tendentious Actions, Racism, or Bad Prejudice?: Examining the Relations of Ethnocentrism and Xenophobia in the Contemporary South Korea," *Andalas Journal of International Studies (AJIS)* 10, no. 2 (November 2021): 191-205. <https://doi.org/10.25077/ajis.10.2.192-205.2021>.

Artikel kedua berjudul *Hegemoni K-Pop di Indonesia: Analisis Kritis Industri Budaya Perspektif Madzhab Frankfurt* yang ditulis oleh Milatul Zulfa, diterbitkan pada tahun 2024 dalam *Journal ComSosMed*, volume 1, nomor 2.<sup>19</sup> Artikel ini membahas bagaimana fenomena *K-Pop* telah mendominasi budaya populer di Indonesia melalui industri budaya yang dikendalikan oleh kapitalisme global. Dengan menggunakan perspektif teori industri budaya dari Mazhab Frankfurt, penelitian ini menyoroti bagaimana industri *K-Pop* membentuk pola konsumsi masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, melalui strategi pemasaran yang sistematis. Studi ini menunjukkan bahwa *K-Pop* selain berfungsi sebagai hiburan, juga sebagai alat hegemoni budaya yang memengaruhi identitas lokal, gaya hidup, dan perilaku konsumtif penggemarnya. Pemerintah Korea Selatan juga disebut secara aktif mendukung industri ini sebagai bagian dari *soft power* nasional untuk memperkuat pengaruh global mereka.

Penelitian ini menunjukkan kesuksesan *K-Pop* di Indonesia yang dibuktikan dengan hegemoni budaya populernya di media bahkan mempengaruhi masyarakat Indonesia dalam berbagai aspek. Dengan adanya penelitian ini, penulis mendapatkan anomali di mana di tengah isu negatifnya yang berkembang di Indonesia, ternyata budaya *K-Pop* tetap mengalami popularitas di Indonesia. Anomali inilah yang penulis jadikan sebagai landasan fenomena dalam penelitian yang diangkat.

Penelitian ketiga yang penulis jadikan sumber adalah artikel berjudul *Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui Grup Idola K-Pop terhadap Publik Indonesia 2020-2022* yang ditulis oleh Annisa Rahmadhani Angesti dan Chandra

---

<sup>19</sup> Zulfa, "Hegemoni K-Pop di Indonesia: Analisis Kritis Industri Budaya Perspektif Madzhab Frankfurt," 51-61.

Purnama, diterbitkan tahun 2024 dalam *Padjajaran Journal of International Relations*, volume 6, nomor 1.<sup>20</sup> Artikel ini membahas bagaimana Korea Selatan menggunakan grup idola *K-Pop* sebagai alat utama dalam strategi diplomasi budayanya di Indonesia. Menggunakan konsep strategi diplomasi budaya dari Patricia Goff, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan diplomasi budaya Korea Selatan ditopang oleh tiga elemen utama: koneksi, konsistensi, dan inovasi. Grup idola *K-Pop* berperan dalam membangun awareness, memperkuat hubungan diplomatik, dan menjaga citra positif Korea Selatan di Indonesia. Studi ini juga menyoroti bagaimana pemerintah Korea Selatan secara aktif mendukung industri hiburan mereka dengan berbagai kebijakan serta program budaya, termasuk melalui Korean Cultural Center (KCC) dan perjanjian bilateral dalam bidang budaya. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bagaimana diplomasi budaya tetap berlangsung selama pandemi COVID-19 melalui inovasi *digital*.

Penelitian ini berkontribusi terhadap pengambilan konsep yang akan dipakai oleh penulis. Jika penelitian di atas berfokus terhadap peran idola *K-Pop* dalam menjalankan diplomasi budaya di Indonesia, maka penelitian ini akan menghadirkan aktor utama yaitu pemerintah Korea Selatan melalui lembaga resmi dan kerjasama-kerjasama yang dilakukan bersama dengan aktor non-negara lainnya. Selain itu, penelitian di atas hanya menjelaskan bagaimana idola *K-Pop* digunakan sebagai alat diplomasi budaya secara umum. Dengan demikian, ruang yang akan diisi dalam penelitian ini adalah analisis bagaimana diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui industri *K-Pop* dapat memperkuat popularitas budayanya ini bahkan di tengah isu rasismenya di Indonesia.

---

<sup>20</sup> Annisa R. Angesti and Chandra Purnama, "Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui Grup Idola K-Pop terhadap Publik Indonesia pada Tahun 2020-2022," *Padjajaran Journal of International Relations* 6, no. 1 (January 2024): 60-73. <https://doi.org/10.24198/padjir.v6i1.49284>.

Sumber keempat yaitu artikel yang ditulis oleh Roza Andriani dan Selvia Rahmayani, *Peran NCT sebagai Aktor Nation Branding Korea Selatan dalam Diplomasi Budaya terhadap Indonesia Tahun 2021-2023* yang diterbitkan pada tahun 2024 dalam *Sumur-Jurnal Sosial Humaniora*, volume 2, nomor 2.<sup>21</sup> Artikel ini membahas bagaimana grup idola *K-Pop* NCT berperan sebagai *nation branding* dalam membentuk citra positif Korea Selatan melalui diplomasi budaya. Penelitian ini menyoroti bagaimana NCT, sebagai salah satu grup *K-Pop* dengan basis penggemar terbesar di Indonesia, berkontribusi dalam strategi *nation branding* Korea Selatan melalui berbagai aktivitas, termasuk konser, interaksi media sosial, promosi pariwisata, hingga menjadi *brand ambassador* produk Korea. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, studi ini menekankan bahwa kehadiran NCT di Indonesia tidak hanya berdampak pada peningkatan popularitas budaya Korea, tetapi juga memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara melalui pertukaran budaya dan ekonomi.

Artikel ini memberikan wawasan tentang bagaimana NCT digunakan sebagai aktor *nation branding* untuk memperkuat pengaruh budaya Korea di Indonesia, terutama dalam aspek promosi budaya dan penguatan citra negara. Temuan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa interaksi langsung antara grup idola dengan penggemar memiliki dampak besar dalam membangun keterikatan emosional, yang menjadi faktor utama dalam keberlanjutan diplomasi budaya Korea Selatan. Penelitian ini akan digunakan sebagai acuan penulis dalam menganalisis aktor non-negara yang aktif terlibat dalam upaya mempromosikan budaya *K-Pop* di Indonesia pada rentang waktu 2021-2024.

---

<sup>21</sup> Roza Andriani and Selvia Rahmayani, "Peran Nct sebagai Aktor Nation Branding Korea Selatan dalam Diplomasi Budaya terhadap Indonesia Tahun 2021-2023," *Sumur-Jurnal Sosial Humaniora* 2, no. 2 (August 2024): 96-108. <https://doi.org/10.58794/sumur.v2i2.969>.

Literatur acuan kelima yaitu artikel berjudul *Diplomasi Budaya Multitrack: Peran Korean Cultural Center Indonesia dalam Menyebarluaskan Budaya Korea di Indonesia* yang ditulis oleh Nurazizah Lutfiah Budiman, Tuti Bahfiarti, dan Indrayanti, diterbitkan pada tahun 2024 dalam *Transborders: International Relations Journal*, volume 8, nomor 1.<sup>22</sup> Artikel ini membahas bagaimana Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) memainkan peran penting dalam diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan diplomasi *multitrack*, penelitian ini menunjukkan bahwa KCCI memanfaatkan jalur pemerintah, non-pemerintah, dan media untuk memperkuat penyebaran budaya Korea. Studi ini menemukan bahwa KCCI berhasil meningkatkan apresiasi masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea melalui program-program seperti *K-Pop* dan drama Korea. Kolaborasi KCCI dengan pemerintah Korea Selatan, komunitas lokal, serta media sosial juga menjadi faktor utama dalam keberhasilan diplomasi budaya ini. Artikel ini memberikan wawasan tentang bagaimana institusi budaya resmi berperan dalam membangun *soft power* Korea Selatan di Indonesia dengan pendekatan yang sistematis. Hal ini dapat menjadi dasar dalam penelitian penulis untuk memahami bagaimana Korea Selatan melaksanakan diplomasi budaya melalui jalur institusional.

Kelima sumber rujukan ini relevan dengan topik penelitian penulis dan dapat berkontribusi terhadap masalah yang penulis teliti. Meskipun demikian, kelima sumber tersebut tidak dapat menjawab pertanyaan penelitian penulis sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik yang diangkat.

---

<sup>22</sup> Nurazizah L. Budiman, Tuti Bahfiarti, and Indrayanti, "Diplomasi Budaya Multitrack: Peran Korean Cultural Center Indonesia dalam Menyebarluaskan Budaya Korea di Indonesia," *Transborders: International Relations Journal* 8, no. 1 (December 2024): 56-66. <https://doi.org/10.23969/transborders.v8i1.19472>.

## 1.7 Kerangka Konseptual

### 1.7.1 Diplomasi Budaya

Dalam dinamika hubungan internasional saat ini, negara-negara semakin mengandalkan *soft power* dibandingkan *hard power* dalam upaya memperkuat pengaruhnya di dunia internasional. *Soft power*, sebagaimana dikemukakan oleh Joseph Nye merujuk pada kemampuan untuk mendapatkan apa yang kita inginkan melalui daya tarik, tanpa paksaan atau kekerasan. Bagi negara, daya tarik ini bersumber dari tiga hal, yaitu budaya, ideologi, dan kebijakan luar negeri.<sup>23</sup>

Budaya sebagai salah satu elemen *soft power* memiliki daya tarik yang kuat karena bersifat universal dan mampu melampaui batas-batas geografis, sehingga dapat menjadi alat diplomasi yang efektif.<sup>24</sup> Dalam konteks globalisasi, budaya terus berkembang dan mampu menjadi budaya populer yang mendominasi masyarakat global.<sup>25</sup> Budaya populer memiliki salah satu ciri yaitu *durability* yang merupakan kemampuan dalam menghadapi waktu di mana pionir budaya populerlah yang akan mempertahankannya.<sup>26</sup> Artinya, budaya populer ini mampu bertahan dan terus menguat dalam berbagai kondisi dan tantangan jika aktor budaya populer mampu menerapkan strategi-strategi yang tepat.

Salah satu strategi dalam mempertahankan dan memperkuat eksistensi budaya populer adalah melalui diplomasi budaya. Diplomasi budaya menurut

---

<sup>23</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power and Great-Power Competition: Shifting Sand in the Balance of Power Between the United States and China* (Basingstoke, Springer Nature, 2023), 12-48.

<sup>24</sup> Agis Anindia, "Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui Korean Cultural Center dalam Program Hanbok Experience," (*MJIR*) *Moestopo Journal International Relations* 2, no. 1 (March 2022): 73. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/2032>.

<sup>25</sup> Dinda Ayuningtyas, "Peran Budaya Populer sebagai Soft Power bagi Negara di Asia Timur," *Mondial: Jurnal Hubungan Internasional* 1, no. 1 (March 2024): 25. <http://dx.doi.org/10.6666/mondial.v1i1.2625>.

<sup>26</sup> Ledy F. Sitanggang, Eddy Lion, and Offeny, "Perspektif Mahasiswi Program Studi PPKn Universitas Palangka Raya tentang Budaya Populer Korea (K-Pop) terhadap Gaya Hidup," *Jurnal Paris Langkis* 1, no. 2 (2021): 126. <https://doi.org/10.37304/paris.v1i2.2279>.

Milton Cummings merupakan praktik pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek budaya lain antar negara dan masyarakatnya untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan menciptakan rasa saling pengertian.<sup>27</sup> Sejalan dengan itu, Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari dalam bukunya yang berjudul *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia* mengatakan bahwa diplomasi budaya merupakan suatu upaya yang dilakukan negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui aspek kebudayaan mikro dan makro. Aspek kebudayaan mikro meliputi seni, olahraga, dan pendidikan, sedangkan aspek kebudayaan makro meliputi propaganda.<sup>28</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep diplomasi budaya Patricia M. Goff yang dituangkan dalam tulisannya berjudul *Cultural Diplomacy in: The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* yang diterbitkan pada tahun 2013 untuk menganalisis bagaimana Korea Selatan melaksanakan diplomasi budaya melalui *K-Pop* ke Indonesia. Menurut Goff, selain dapat menciptakan rasa saling pengertian dan mencapai kepentingan nasional, diplomasi budaya juga dapat mengimbangi kesan negatif, stereotip, atau kebencian yang muncul terhadap suatu negara.<sup>29</sup> Melalui penyebarluasan budaya yang menarik, negara dapat membangun citra positif yang lebih kuat dibandingkan sentimen negatif yang berkembang. Inilah kekuatan diplomasi budaya, ia mampu membangun kepercayaan di mata publik asing yang membuatnya tidak goyah oleh isu-isu negatif yang terjadi.

---

<sup>27</sup> Goff, "Cultural Diplomacy," 2.

<sup>28</sup> Tulus Warsito and Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2007), 4.

<sup>29</sup> Goff, "Cultural Diplomacy," 3.

Ada tiga panduan cara agar diplomasi budaya dapat efektif menurut Patricia M. Goff. Cara-cara tersebut yaitu:<sup>30</sup>

### 1. Koneksi

Diplomasi budaya dapat efektif jika diplomat atau aktor yang terlibat selalu mencari cara terbaik untuk membangun koneksi dengan pihak lain, dan budaya dapat menjadi salah satu sarana yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan seorang diplomat bergantung pada kemampuannya dalam memahami minat dan nilai-nilai yang dianggap penting oleh masyarakat atau negara tujuan. Diplomat yang baik akan mengenal negara asal dan negara tuan rumah serta akan mencari cara untuk terhubung dengan masyarakat. Memahami dan memanfaatkan aset budaya yang dimiliki adalah kunci untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat serta mengetahui kebutuhan mereka.

### 2. Konsistensi

Ketika suatu negara konsisten dalam melaksanakan praktik diplomasi budayanya, maka hasil diplomasi budaya dapat terasa terutama saat hubungan berada pada titik buruk. Keunggulan diplomasi budaya terletak pada kemampuannya membangun hubungan dengan publik, bahkan ketika hubungan lain sedang mengalami ketegangan. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang berkelanjutan agar diplomasi budaya dapat bekerja untuk mencapai tujuan-tujuannya bahkan di tengah krisis yang terjadi. Di tengah maraknya persepsi negatif terhadap suatu negara,

---

<sup>30</sup> Goff, "Cultural Diplomacy," 13-15.

diharapkan masyarakat juga dapat melihat sisi positif melalui citra, kebijakan, dan kesan baik yang ditampilkan.

### 3. Inovasi

Meskipun seni, bahasa, dan pendidikan masih menjadi elemen utama dalam diplomasi budaya, namun cara memanfaatkannya tidak lagi sama seperti di masa lalu. Seiring dengan perubahan zaman, pendekatan dalam diplomasi budaya juga harus menyesuaikan diri agar tetap efektif. Berpegang pada metode lama yang mungkin sudah kurang relevan dapat menghambat pencapaian tujuan. Oleh karena itu, sasaran yang sama dapat dicapai dengan strategi yang lebih inovatif dan sesuai dengan perkembangan saat ini.

**Tabel 1. 1 Tiga Panduan Cara Agar Diplomasi Budaya dapat Efektif Menurut Patricia M. Goff**

<b>Strategi</b>	<b>Indikator/Aspek Analisis</b>
Koneksi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diplomasi budaya dapat efektif ketika diplomat/aktor yang terlibat selalu mencari cara untuk terhubung dengan publik.</li> <li>2. Diplomat/aktor yang cerdas akan mengenal baik negara asal maupun negara tuan rumah. Artinya, diplomat/aktor yang cerdas akan mengetahui dan memanfaatkan asetnya, serta merangkul dan mencari tahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan publik.</li> <li>3. Membangun koneksi juga berarti menciptakan rasa saling pengertian dan membangun kedekatan dengan target.</li> </ol>
Konsistensi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diplomasi budaya dapat efektif jika dijalankan secara terus-menerus, berkelanjutan, dan dalam jangka panjang.</li> <li>2. Konsistensi dalam menyebarkan budaya dapat membentuk citra positif yang kuat sehingga ketika negara dihadapkan pada isu negatif, citra positif yang telah dibentuk lebih dominan dan mengalahkan isu negatif yang berkembang.</li> </ol>
Inovasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diplomasi budaya yang efektif dapat dilakukan dengan pendekatan yang fleksibel dan inovatif.</li> <li>2. Penyebarluasan budaya harus terus mengikuti perkembangan zaman atau adaptif sesuai perkembangan yang terjadi.</li> </ol>

Sumber: diolah oleh penulis

Dalam menjalankan diplomasi budaya, berbagai aktor dapat terlibat mulai dari pemerintah, perusahaan, maupun individu. Hal ini berarti bahwa hubungan dalam diplomasi budaya bisa terjadi antara siapa saja baik itu hubungan pemerintah-pemerintah, pemerintah-swasta, pemerintah-individu, swasta-swasta, maupun individu-individu.<sup>31</sup> Dalam konteks *K-Pop*, keterlibatan aktor non-negara seperti agensi hiburan dan idola *K-Pop* menjadi elemen penting dalam menjalin koneksi dengan audiens internasional. Namun, aktor negara tetap memiliki posisi strategis dalam memastikan konsistensi dan inovasi melalui kebijakan budaya, dukungan diplomatik, dan promosi global dari lembaga negara seperti Korean Cultural Center (KCC).

Melalui kerangka konseptual yang telah penulis sebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa konsep diplomasi budaya sangat relevan dalam menganalisis popularitas *K-Pop* di tengah isu negatif Korea Selatan di Indonesia pada tahun 2021-2024. Pendekatan koneksi, konsistensi, dan inovasi yang dikemukakan oleh Patricia M. Goff dapat digunakan untuk memahami bagaimana cara Korea Selatan melaksanakan diplomasi budaya melalui *K-Pop* untuk meningkatkan popularitas budayanya ini di Indonesia.

## **1.8 Metodologi Penelitian**

### **1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami makna terhadap suatu masalah yang diteliti dengan upaya seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang muncul,

---

<sup>31</sup> Rahmawati and Indrawati, "Peran Diplomasi Kebudayaan Jepang dalam Perkembangan Perekonomian Jepang melalui JAK Japan Matsuri di Indonesia pada Tahun 2017-2019," *Global Insight Journal* 7, no. 2 (September 2023): 84. <https://doi.org/10.52447/gij.v7i2.6584>.

mengumpulkan data dari partisipan, analisis data secara induktif, dan interpretasi makna dari apa yang ditemukan oleh peneliti.<sup>32</sup> Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini akan menggali data dari berbagai sumber seperti artikel jurnal, buku, artikel berita, diskusi di media sosial, *website* resmi pemerintah, serta hasil survei lembaga terpercaya untuk mengidentifikasi pola-pola yang menjelaskan fenomena ini. Selanjutnya penelitian akan dianalisis secara deskriptif dengan berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi lalu menganalisis bagaimana diplomasi budaya dilaksanakan oleh Korea Selatan melalui industri *K-Pop* ke Indonesia menggunakan konsep yang dipakai.

### **1.8.2 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian merupakan batasan yang ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian yang dilakukan baik terkait waktu, sumber, atau data penelitian.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan mencari bagaimana diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan di Indonesia sehingga membuat *K-Pop* tetap populer bahkan di tengah isu rasisme yang melibatkan sekelompok masyarakatnya, tanpa melihat respon pemerintah Korea Selatan terhadap isu tersebut. Selain itu, penelitian ini berfokus pada musik *K-Pop* sebagai bagian dari *soft power* Korea Selatan, bukan *Korean Wave* secara keseluruhan. Data yang digunakan adalah data dari tahun 2021-2024, di mana pada tahun 2021 isu rasisme masyarakat Korea Selatan mulai menjadi viral setelah tindakan-tindakan rasis yang dilakukan oleh masyarakatnya terhadap Indonesia. Sementara itu, tahun 2024 menjadi batas akhir penelitian karena merupakan tahun terbaru saat

---

<sup>32</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches 4 th Edition* (California: SAGE Publication, 2013), 4.

<sup>33</sup> Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: Penerbit CV Jejak, 2018), 12.

penelitian ini dilakukan di mana masih terdapat insiden serupa yang menunjukkan bahwa isu rasisme masyarakat Korea Selatan terhadap Indonesia belum mereda.

### **1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis**

Unit analisis pada dasarnya merupakan objek yang perilakunya akan dianalisa, dideskripsikan, atau dijelaskan, sedangkan unit eksplanasi merupakan objek yang mempengaruhi unit analisis yang diamati.<sup>34</sup> Unit yang perilakunya akan dianalisis dalam penelitian ini adalah diplomasi kebudayaan Korea Selatan dalam industri *K-Pop*, sedangkan unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah popularitas *K-Pop* di Indonesia di tengah isu rasisme.

Sementara itu, tingkat analisis merupakan posisi objek kajian yang akan diteliti di mana terdapat empat tingkatan yaitu perilaku individu, perilaku kelompok, negara-bangsa, pengelompokan negara-negara, dan sistem internasional.<sup>35</sup> Tingkat analisis penelitian ini berada pada level negara di mana analisis penelitian akan ditekankan karena fokus utama kajian terletak pada bagaimana Korea Selatan sebagai suatu negara melakukan diplomasi budaya melalui *K-Pop* ke Indonesia yang berkontribusi terhadap popularitas budayanya yang terjadi saat ini.

### **1.8.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder yang diperoleh melalui berbagai referensi yang telah tersedia, seperti artikel jurnal, buku, skripsi, artikel berita, diskusi di media sosial seperti TikTok, YouTube, dan X, *website* resmi pemerintah seperti Korean Cultural Center (KCC), Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea (MOFA), serta hasil survei lembaga terpercaya seperti

---

<sup>34</sup> Mohtar Mas'oe'd, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi* (Jakarta: LP3ES, 1994), 39.

<sup>35</sup> Mohtar Mas'oe'd, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, 43-48.

GoodStats, US News & World Report dan Circle Chart. Data sekunder ini digunakan untuk memahami diplomasi budaya Korea Selatan, popularitas *K-Pop* di Indonesia, serta isu rasisme yang berkaitan dengan Korea Selatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, yaitu metode pengumpulan data dengan menelaah berbagai bahan bacaan untuk menemukan semua data tentang subjek yang akan diteliti.<sup>36</sup> Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji konsep dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan diplomasi budaya Korea Selatan serta fenomena *K-Pop* di Indonesia. Selain itu, analisis terhadap artikel berita dan diskusi media sosial juga dilakukan untuk memahami bagaimana masyarakat Indonesia merespon isu rasisme Korea Selatan.

#### **1.8.5 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman dapat dilakukan melalui empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.<sup>37</sup>

##### **1. Pengumpulan Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari pengumpulan data melalui studi pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Data dikumpulkan melalui pencarian kata kunci pada *google scholar* seperti; “*diplomasi budaya,*” “*Korea Selatan,*” “*K-Pop,*” dan “*Indonesia.*” Selanjutnya, data yang keluar di sortir berdasarkan tahun yaitu dimulai dari tahun 2021 agar sumber yang keluar sesuai dengan batasan penelitian. Dari hasil pencarian, didapatkan 33 artikel jurnal dan 9 skripsi yang relevan dengan penelitian yang diangkat. Data selanjutnya

---

<sup>36</sup> M. Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Galia Indonesia, 2003), 27.

<sup>37</sup> Ali Sya,ban. *Teknik Analisis Data Penelitian: Aplikasi Program SPSS dan Teknik Menghitungnya* (Jakarta, 2005), 69-70.

diambil dari *website* resmi pemerintah Korea yaitu Korean Cultural Center (KCC), Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea (MOFA) dan *Korea.net* serta artikel berita.

## 2. Reduksi Data

Data yang telah terkumpul kemudian direduksi dengan cara membaca dan menentukan mana yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dari sini ditemukan 11 artikel jurnal, 3 skripsi, 2 pengumuman dari *website* KCC, 1 *Diplomatic White Paper* dari Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea, 1 artikel berita dari *website* pemerintah Korea bernama *Korea.net*, dan 2 artikel berita dari *Liputan6*. Selanjutnya, data yang telah direduksi dilakukan pengkodean seperti berikut:

- **Open Coding:** proses dilakukan dengan membaca sumber, lalu memilih kutipan yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dari kutipan yang didapat, ditentukan ide pokok atau *labelling*.
- **Axial Coding:** ide pokok yang telah didapat dianalisis lebih lanjut untuk menemukan konseptualisasi, yaitu menentukan makna yang lebih dalam yang berhubungan dengan konsep. Beberapa konsep dikelompokkan ke dalam kategori peran aktor (negara dan non-negara) untuk memudahkan pada proses analisis nantinya. Selanjutnya, hasil analisis dirangkum ke dalam tematisasi, yaitu penarikan tema besar yang sesuai dengan tiga dimensi konsep Patricia M. Goff yaitu koneksi, konsistensi, dan inovasi.

### 3. Penyajian Data

Data yang telah direduksi dan dikategorisasikan ke dalam konsep diplomasi budaya Patricia M. Goff selanjutnya dianalisis dan disajikan dalam bentuk narasi yang menggambarkan pola diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia.

### 4. Kesimpulan

Terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang telah dianalisis, guna menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana diplomasi budaya yang dilaksanakan oleh Korea Selatan melalui industri *K-Pop* ke Indonesia.

## 1.9 Sistematika Penulisan

### BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang yang menjelaskan urgensi penelitian mengenai popularitas *K-Pop* di tengah isu rasisme Korea Selatan di Indonesia. Selanjutnya, dirumuskan permasalahan utama pada bagian rumusan masalah. Dari sini dibuat pertanyaan, tujuan, dan manfaat penelitian. Lalu terdapat juga studi pustaka, konsep yang akan dipakai, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan sebagai gambaran penelitian secara keseluruhan.

### BAB II Popularitas *K-Pop* di Indonesia

Bagian ini akan menjelaskan bagaimana popularitas *K-Pop* di Indonesia mulai dari perkembangannya hingga munculnya isu rasisme di tengah perkembangan yang terjadi. Bab ini juga akan menjelaskan bagaimana popularitas *K-Pop* di Indonesia pada tahun 2021-2024 tetap berlangsung di tengah isu rasisme yang muncul, yang menunjukkan ketahanan eksistensi budaya ini di Indonesia.

### **BAB III Diplomasi Budaya Korea Selatan dalam Industri *K-Pop***

Bagian ini akan menjelaskan diplomasi budaya Korea Selatan dalam industri *K-Pop* mulai dari perkembangannya, bagaimana *K-Pop* digunakan sebagai alat diplomasi budaya, dan keterlibatan negara serta aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan melalui industri *K-Pop*. Bab ini juga akan menjelaskan perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia yang berpartisipasi terhadap popularitas budaya *K-Pop* yang terjadi saat ini

### **BAB IV Analisis Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia**

Bab ini merupakan inti dari penelitian untuk menjawab pertanyaan bagaimana pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan melalui industri *K-Pop* ke Indonesia sehingga ketika dihadapkan pada isu negatif produk budayanya ini terus eksis dikalangan masyarakat. Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep diplomasi budaya Patricia Goff, yang mencakup tiga dimensi utama: koneksi, konsistensi, dan inovasi. Dalam bab ini, dijelaskan bagaimana ketiga elemen tersebut diterapkan dalam upaya penyebarluasan *K-Pop* sehingga mampu memperkuat daya tariknya di Indonesia bahkan di tengah isu negatif yang berkembang.

### **BAB V Penutup**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan, yang menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan melalui *K-Pop* ke Indonesia. Selain itu, diberikan saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa serta saran bagi pemerintah Indonesia.