

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi digital adalah instrumen yang penting dalam pelaksanaan diplomasi publik modern.¹ Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong negara-negara untuk memanfaatkan situs web, media sosial, dan berbagai platform digital sebagai cara untuk menjangkau masyarakat global dengan cepat, luas, dan interaktif.² Ruang digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi, akan tetapi juga sebagai tempat strategis untuk membuat persepsi, membangun citra, dan menciptakan hubungan jangka panjang antara negara dan masyarakat asing.³ Dalam konteks ini, Joseph Nye menjelaskan bahwa negara dapat mempengaruhi kebijakan negara lain tanpa adanya paksaan, melalui kebijakan luar negeri, budaya dan hal lainnya dapat menjadi daya tarik yang disebut *soft power*.⁴

Penggunaan *soft power* dalam diplomasi publik semakin penting di era digital, ketika opini publik internasional terbentuk secara aktif melalui media sosial dan platform digital.⁵ diplomasi publik kini tidak hanya terbatas pada komunikasi antara pemerintah, melainkan juga mencakup interaksi langsung dengan masyarakat luar negeri.⁶ Maka dari itu, media digital berfungsi sebagai jembatan

¹ Corneliu Bjola and Marcus Holmes, *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (London: Routledge, 2015)

² Manuel Castells, *Communication Power* (Oxford: Oxford University Press, 2013), 53–60

³ Jan Melissen, *The New Public Diplomacy* (New York: Palgrave Macmillan, 2005), 9–15.

⁴ G. John Ikenberry dan Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, *Foreign Affairs*, vol. 83, 2004, <https://doi.org/10.2307/20033985>.

⁵ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy," *The Annals* 616 (2008): 31–54

⁶ R.S. Zaharna, *Battles to Bridges* (New York: Palgrave, 2010), 24–30

strategis dalam menghubungkan komunikasi antara negara dan masyarakat global, serta memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang lebih aktif.⁷

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang berhasil mengembangkan diplomasi publiknya dengan memanfaatkan *soft power*. Sejak awal 2000-an, Korea Selatan mulai merumuskan diplomasi publik yang lebih terstruktur. Hal ini ditandai dengan pembentukan *Presidential Council on Nation Branding* pada 2009, disusul penguatan melalui “*Publik diplomacy Act*” pada 2016, yang mengatur prinsip, strategi, serta keterlibatan berbagai aktor pemerintah, swasta, media, hingga masyarakat sipil dalam diplomasi publik.⁸ Undang-undang tersebut menegaskan pentingnya penggunaan media digital sebagai instrumen utama dalam membangun citra dan kepercayaan dunia terhadap Korea Selatan.⁹

Kebijakan diplomasi publik Korea Selatan memiliki keterkaitan yang erat dengan kepentingan kebijakan luar negeri negara tersebut.¹⁰ sebagai negara *middle power*, Korea Selatan memanfaatkan diplomasi publik dan diplomasi digital guna memperkuat *nation branding*, memperluas jaringan internasional, dan membangun hubungan jangka panjang dengan negara-negara mitra.¹¹ Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia menjadi salah satu mitra yang strategis bagi Korea Selatan baik dalam aspek ekonomi, politik, dan sosial-budaya.¹² Maka dari itu, diplomasi publik Korea Selatan difokuskan untuk meningkatkan pemahaman budaya,

⁷ James Pamment, *New Public Diplomacy* (London: Routledge, 2013), 58–65.

⁸ Kadir Ayhan, *Korea's Public Diplomacy : Introduction*, 2018.

⁹ K Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*, Los Angeles: USC Center on Public Diplomacy, 2019, [https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy Web Ready_1.27.19.pdf](https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea's%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready%201.27.19.pdf).

¹⁰ Keith Dinnie, *Nation Branding concepts, issues, practice*, (2008), 42–55

¹¹ Keith Dinnie, *Nation Branding concepts, issues, practice*, (2008), 42–55

¹² Yoon Tae-hyun, *Asian Perspective* 44, no. 3 (2020).

memperkuat hubungan antar masyarakat, dan menciptakan citra Korea Selatan sebagai negara yang terbuka, kreatif, dan modern.¹³

Dalam praktiknya, lembaga yang paling aktif melaksanakan diplomasi digital Korea Selatan adalah *Korean Culture and Information Service* (KOCIS).¹⁴ Lembaga ini bertanggung jawab menyebarkan informasi dan budaya Korea ke seluruh dunia melalui berbagai platform digital. pemanfaatan media digital oleh KOCIS mencerminkan komitmen Korea Selatan dalam menjadikan ruang digital sebagai bagian dari integral strategi diplomasi publiknya.¹⁵ Kebijakan tersebut dijabarkan pada dokumen *Master Plan for Public Diplomacy* yang diterbitkan setiap lima tahun oleh *Ministry of Foreign Affairs* (MOFA), di mana pada perencanaan periode 2023-2027 Korea Selatan menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi digital, termasuk *artificial intelligence* (AI), metaverse, media sosial dalam memperluas jangkauan diplomasi.¹⁶

Salah satu bentuk nyata dari kebijakan diplomasi publik dan digital Korea Selatan di Indonesia adalah *Korean Cultural Center Indonesia* (KCCI) yang berdiri tahun 2011.¹⁷ KCCI berfungsi sebagai representasi resmi diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia dan berada di bawah koordinasi *Korean Culture and Information Service* (KOCIS) serta *Ministry of Culture, Sports and Tourism* (MCST).¹⁸ Pemilihan KCCI sebagai subjek penelitian didasari oleh posisinya yang

¹³ Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Korea, *Master Plan for Public Diplomacy 2023–2027*.

¹⁴ Korean Culture and Information Service (KOCIS), *About Korean Cultural Centers*, official publication (Seoul: KOCIS, 2022).

¹⁵ KOCIS, *About Korean Cultural Centers*, 2022.

¹⁶ Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Korea, *Second Master Plan for Public Diplomacy (2023–2027)*, accessed July 24, 2025, https://irn.mofa.go.kr/eng/wpge/m_26885/contents.do.

¹⁷ “Pengantar KCCI,” Korean Cultural Center, diakses 9 Juli 2025, <https://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>.

¹⁸ Lee Gyu-lee, “WAWANCARA | Korean Culture Center Indonesia berusaha memenuhi minat yang berkembang,” The Korea Times, 2024,

strategis sebagai aktor non-tradisional dalam diplomasi digital Korea Selatan.¹⁹ berbeda dengan perwakilan diplomatik formal, KCCI beroperasi langsung di ranah publik dan budaya, sehingga memiliki fleksibilitas yang lebih dalam menjangkau masyarakat Indonesia.²⁰ Melalui berbagai program pendidikan, budaya, dan aktivitas digital, KCCI tidak hanya mengenalkan budaya Korea Selatan, tetapi juga membangun interaksi berkelanjutan dengan masyarakat Indonesia.²¹

Seiring berkembangnya teknologi, KCCI juga aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital daring sebagai sarana dalam menjangkau masyarakat Indonesia. Sepanjang tahun 2020, KCCI berhasil melaksanakan 185 kegiatan kebudayaan secara daring maupun luring yang ditayangkan melalui Instagram dan Youtube menjangkau 860.000 audiens, prestasi ini mengantarkan KCCI dinobatkan sebagai pusat kebudayaan Korea terbaik di dunia oleh Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) dan penghargaan ini diserahkan melalui saluran KOCIS.²²

Momentum peringatan 50 tahun hubungan diplomatik Korea-Indonesia semakin memperkuat peran KCCI dalam diplomasi digital. melalui berbagai kegiatan kolaboratif budaya, KCCI tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan budaya, KCCI juga sebagai fasilitator dialog budaya antara masyarakat Indonesia

<https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/20240909/interview-korean-culture-center-indonesia-strives-to-meet-evolving-interests>.

¹⁹ Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), *Korean Cultural Centers Abroad: Role and Mission* (Seoul: MCST, 2021)

²⁰ Yoon, Sun Jin, "Cultural Institutes as Instrumens of South Korea's Public Diplomacy," *Journal of International and Area Studies* 24, no. 2 (2017): 45–47.

²¹ Lee, Geun, and Kim, Jungmin, "Public Diplomacy Strategies of South Korea: The Role of Cultural Centers," *Place Branding and Public Diplomacy* 14, no. 3 (2018): 189–192.

²² Liputan6.com, "KCCI Dinobatkan sebagai Pusat Kebudayaan Korea Terbaik 2020," *Liputan6*, Januari 2021, <https://www.liputan6.com/global/read/4475784/kcci-dinobatkan-sebagai-pusat-kebudayaan-korea-terbaik-2020>.

dan Korea Selatan.²³ Hal ini memperlihatkan pergeseran diplomasi publik satu arah menuju komunikasi dua arah, dimana publik tidak hanya sebagai penerima pesan tetapi juga berperan aktif.²⁴ Hingga pertengahan 2025 ini, akun Instagram resmi KCCI memiliki lebih dari 110.000 pengikut dan hal ini menjadikan KCCI sebagai salah satu akun pusat budaya asing yang populer di Indonesia.²⁵

Melalui KCCI, Korea Selatan melaksanakan kebijakan luar negeri yang berfokus untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan masyarakat Indonesia.²⁶ Target tersebut mencakup peningkatan *mutual understanding*, pembentukan citra positif, dan menciptakan dukungan positif terhadap hubungan bilateral Korea Selatan-Indonesia.²⁷ Penelitian ini yang berfokus pada Indonesia dan Instagram merupakan sarana yang strategis dalam menjangkau publik, terutama generasi muda.²⁸ Fokus pada Instagram didasarkan kepada karakteristik platform tersebut yang bersifat visual, interaktif, dan memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi di Indonesia.²⁹ Studi tentang KCCI di Indonesia masih banyak berfokus pada analisis diplomasi budaya secara langsung. Penelitian mengenai strategi diplomasi digital KCCI, terutama melalui Instagram, masih sangat terbatas, sehingga penelitian ini penting untuk mengatasi kekurangan dalam studi terkait praktik diplomasi digital Korea Selatan di Indonesia.

²³ Korea Culture and Information Service, "Korean Culture and Arts Festival Held in Indonesia to Celebrate 50 Years of Diplomatic Ties," *KOCIS Webzine*, September 2023, <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/202309/sub10.html>.

²⁴ Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," no. March (2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

²⁵ HypeAuditor, "@kcc.id Instagram Stats," diakses 31 Juli 2025, <https://hypeauditor.com/instagram/kcc.id>.

²⁶ Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Korea (MOFA), *Public Diplomacy Act* (Seoul: MOFA, 2016).

²⁷ Lee, Geun, and Kim, Jungmin, "Public Diplomacy Strategies of South Korea: The Role of Cultural Centers," *Place Branding and Public Diplomacy* 14, no. 3 (2018): 190–193.

²⁸ We Are Social and Meltwater, *Digital 2024: Indonesia* (London: We Are Social, 2024).

²⁹ We Are Social and Meltwater, *Digital 2024: Indonesia*, bagian "Social Media Platforms"

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mengkaji pelaksanaan diplomasi digital Korea Selatan melalui KCCI sebagai bagian dari pelaksanaan kebijakan diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia. Seiring dengan kemajuan teknologi, media sosial, terutama Instagram, telah berfungsi sebagai alat penting dalam membentuk citra negara dan menjalin hubungan dengan masyarakat internasional. KCCI aktif dalam melaksanakan kebijakan diplomasi publik Korea Selatan dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform interaktif yang memfasilitasi komunikasi dua arah dan partisipasi publik, khususnya di kalangan kaum muda. meskipun demikian, penelitian mengenai strategi KCCI di Instagram masih sedikit, sehingga diperlukan analisis yang mendalam untuk memahami seberapa efektif strategi tersebut dalam membangun citra positif Korea Selatan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka pertanyaan pada penelitian ini adalah “Bagaimana diplomasi digital Korea Selatan di Indonesia melalui akun media sosial *Korean Cultural Center Indonesia* (KCCI)?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana Korea Selatan dalam menjalankan diplomasi digital di Indonesia melalui KCCI dengan mengidentifikasi melalui tiga aspek yang dikemukakan oleh Corneliu Bjola yakni *Agenda Setting*, *Presence Expansion*, dan *Conversation Generation*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan diplomasi digital oleh Korea Selatan di Indonesia melalui KCCI.
2. Secara praktisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembangun kesadaran bahwasanya diplomasi digital yang dilakukan oleh negara termasuk dalam upaya yang dilakukan oleh negara untuk tercapainya *nation branding*.

1.6 Studi Pustaka

Melalui penelaahan literatur yang komprehensif, bagian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis temuan-temuan dari studi sebelumnya. Sumber – sumber ini mencakup informasi penting terkait penelitian dalam bentuk artikel jurnal dan tulisan lainnya. Penelitian memulai studi ini dengan sumber-sumber sebagai pondasi dan sumber inspirasi utama.

Sumber pertama yaitu buku yang disunting oleh Corneliu Bjola dan Marcus Holmes yang berjudul *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (2015).³⁰ Buku ini membahas tentang diplomasi merupakan bentuk *change management* di dalam politik Internasional. Diplomasi digital bukan hanya sekedar praktik statis yang menjadi status quo, akan tetapi merupakan mekanisme yang penting dalam merespon dinamika global yang selalu berganti setiap masanya. Melalui media sosial, diplomasi mengalami transformasi yang sangat signifikan seperti adanya perencanaan strategi, negosiasi internasional dan juga pengelolaan informasi. Para kontributor di dalam buku ini juga menjelaskan bagaimana diplomasi digital tidak hanya fokus pada diplomasi tradisional saja, akan tetapi juga menciptakan cara baru di tatanan hubungan internasional.

³⁰ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy: Theory and Practice*” (2015)

Dijelaskan di buku ini terdapat dua tema besar yaitu inovasi kebijakan dan adaptasi terhadap kelembagaan. Pada dimensi kebijakan, diplomasi digital memiliki kemampuan dalam mengubah bagaimana diplomasi tersebut dilakukan, termasuk dalam komunikasi, manajemen luar negeri, dan juga komunikasi. Dalam dimensi kelembagaan, adanya evaluasi sejauh mana Kementerian Luar Negeri bersedia dan mampu dalam menyesuaikan diri dengan majunya media sosial. Terdapat juga konsep penting yang dibahas di buku ini diantaranya *agenda-setting*, *prence-expansion*, dan *conversation-generating* yang memperlihatkan bagaimana para diplomat dalam menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun narasi, menciptakan interaksi, serta memperluas jangkauan.

Kedua, artikel jurnal berjudul “*Diplomasi Budaya Multitrack: Peran Korea Selatan Cultural Center Indonesia dalam Menyebarluaskan Budaya Korea Selatan di Indonesia*” (2024), karya Nurazizah Lutfiah Budiman dkk.³¹ Artikel ini membahas tentang strategi diplomasi budaya Korea Selatan melalui peran dari KCCI menggunakan pendekatan *multitrack diplomacy*. Penelitian melihat bagaimana KCCI menggunakan tiga jalur seperti pemerintah, media, dan non-pemerintah dalam mempromosikan budaya Korea Selatan di Indonesia khususnya pada masyarakat Jakarta. Di mulai dari jalur pemerintah, dimana KCCI bekerja sama dengan lembaga KOCCA dan KTO. Jalur media, KCCI memanfaatkan sosial media seperti X (dulu Twitter), dan Instagram dalam menjangkau audiens terutama generasi muda yang dimana menyesuaikan dengan tren budaya populer yang ada.

³¹ N. L. Budiman and T. Bahfiarti, “Diplomasi Budaya Multitrack: Peran Korean Cultural Center Indonesia Dalam Menyebarluaskan Budaya Korea di Indonesia,” *TRANSBORDERS: International Relations Journal* 8, no. 1 (2024): 56–66

Terakhir jalur non-pemerintah, banyak melibatkan influencer, komunitas K-pop, dan juga seniman yang berhubungan dengan budaya Korea Selatan.

Hasil dari penelitian yang diteliti memperlihatkan bahwasanya KCCI berhasil menjadi fasilitator utama dalam diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia dan menggunakan strategi yang terstruktur dan adaptif. Adanya kegiatan seperti K-pop Academy, kursus bahasa Korea, pameran seni sudah menjadi tempat untuk berkomunikasi dan interaksi budaya yang luas terutama untuk masyarakat Indonesia. Artikel ini juga memperlihatkan keterbatasan geografis karena fokus penelitian hanya di Jakarta, sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mencakup wilayah lain dan mengeksplor pengaruh yang lebih panjang dan luas lagi. Dari keseluruhan penelitian, dapat dilihat bahwasanya diplomasi budaya merupakan alat yang strategis dalam menjalin hubungan luar negeri terutama di era digital yang sudah semakin maju saat sekarang ini.

Ketiga, artikel berjudul *“Critical Digital Diplomacy as a Global Challenge: The South Korean Experience”* (2017), karya Jan Melissen dan Emilie de Keulenaar.³² Menjelaskan tentang bagaimana Korea Selatan dapat menjadi contoh dalam praktik diplomasi digital yang kritis. Artikel ini juga menjelaskan pentingnya memahami digital diplomasi bukan hanya sekedar pengguna media sosial oleh para diplomat, akan tetapi juga sebagai kontribusi aktif dengan lingkungan digital terhadap desain teknologi dan kepentingan politik. dilihat dari teori media baru, diplomasi digital harus dipahami secara keseluruhan, termasuk logika dari platform google dan juga facebook, bagaimana software digunakan untuk akses hubungan

³² Melissen Jan, “This item is the archived peer-reviewed author-version of: Critical digital diplomacy as a global challenge: the South Korean experience Reference: Critical Digital Diplomacy as a Global Challenge: The South Korean Experience Jan Melissen and Emillie ” 3 (2017): 294–302.

internasional, informasi, dan infrastruktur algoritma. Korea Selatan merupakan negara yang memiliki teknologi tinggi dan termasuk negara yang memiliki kekuatan menengah (middle power), dapat memasukkan teknologi ke dalam sistem pemerintahan dan kebijakan luar negerinya secara inovatif dan strategis.

Artikel ini juga memperlihatkan bagaimana diplomasi digital Korea Selatan berkembang melalui empat pendekatan utama diantaranya, penguatan peran sebagai sumber pengetahuan digital, pemanfaatan teknologi yang maju dalam layanan diplomatik domestik, ekspor infrastruktur digital dan juga adaptasi budaya digital dalam komunikasi luar negeri. Artikel ini mengangkat contoh dari aplikasi informasi perjalanan MOFA, dimana pengguna platform seperti kakaoTalk, keberadaan organisasi seperti VANK yang memainkan peran sebagai “cyber diplomat”. Dijelaskan bahwasanya Korea Selatan pada diplomasi digital tidak sekedar pada kemampuan teknologi, tetapi Korea Selatan juga memahami secara mendalam tentang cara teknologi bekerja di ranah sosial dan politik.

Keempat, artikel berjudul *"Public Diplomacy of South Korea in Promoting Culture and Tourism in Indonesia Through the Indonesian Korean Cultural Center (KCCI)"*, karya Oriza Dian Lestari dkk.³³ Menjelaskan tentang bagaimana Korea Selatan menjalankan diplomasi publik di Indonesia melalui KCCI yang merupakan agen utama. Penelitian ini memperlihatkan bahwasanya KCCI merupakan wadah efektif dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan dengan berbagai kegiatan diantaranya pakaian tradisional (hanbok), pertunjukan budaya yang berkolaborasi dengan influencer lokal, promosi makanan. Dijelaskan juga oleh penulis,

³³ Nurbani Adine Gustianti, Oriza Dian Lestari, Flori Mardiani Lubis, “Public Diplomacy Of South Korea In Promoting Culture And Tourism In Indonesia Through The Indonesian Korean Cultural Center (KCCI),” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024, <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14454634>.

bahwasanya *soft power* menjadi strategi dalam memperkenalkan budaya, serta menjadi tujuan untuk membangun citra positif dan memperkuat hubungan antara masyarakat Korea Selatan dan juga Indonesia.

Kegiatan yang dilakukan oleh KCCI tidak hanya sekedar offline saja, penggunaan media digital sebagai diplomasi publik 2.0. KCCI juga memiliki dan aktif dalam memainkan media sosial diantaranya YouTube, Twitter (X), website resmi, Instagram yang berfungsi sebagai media kampanye budaya dan penyebaran informasi dalam menjangkau masyarakat terutama generasi muda. Tidak hanya itu saja, KCCI juga mengadakan kerjasama dengan influencer lokal dalam mempromosikan makanan, kontes daring, konser virtual guna membangun interaksi antara masyarakat. Adanya penggabungan antara digital dan unsur tradisional, ketertarikan budaya Korea Selatan melalui KCCI tidak hanya pada minat budayanya saja melainkan dapat mempererat hubungan bilateral antar kedua negara dalam waktu yang lama.

Terakhir, artikel berjudul *“Korean Community as a Cultural Diplomacy of the Republic of Korea in Indonesia: A Case Study on KSCC Community”* karya M. Syaprin Zahidi.³⁴ Menjelaskan tentang bagaimana peran komunitas yang bukan merupakan institusi resmi dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan di Indonesia. Penulis menjelaskan bagaimana komunitas-komunitas Hallyu yang ada seperti *Korean Studies and Culture Center (KSCC)* menjadi salah satu bentuk gelombang budaya Korea Selatan, terutama untuk generasi muda. Komunitas ini

³⁴ M. Syaprin Zahidi, “KOREAN COMMUNITY AS A CULTURAL DIPLOMACY OF THE REPUBLIC OF KOREA IN INDONESIA: A CASE STUDY ON KSCC COMMUNITY,” *IJRDO- Journal of Social Science and Humanities Research* 2000, no. 3 (2017): 138–51.

juga dibentuk secara alamiah saja seperti adanya media digital, siaran televisi, serta kegiatan budaya populer yang di perkenalkan oleh pemerintah Korea Selatan.

Dijelaskan juga kebijakan Korea Selatan untuk menjalankan *soft power* yang dimiliki terutama dalam bidang budaya. Adanya pembentukan lembaga seperti *Presidential Council on Nation Branding* dan program lainnya menjadi upaya negara dalam memperbaiki citra negara dan memperluas pengaruh budaya mereka. Di Indonesia terbukti tidak hanya bertumpu pada lembaga pemerintahan saja, komunitas di luar pemerintah dapat menjadi perpanjangan tangan dalam mempromosikan budaya Korea Selatan di Indonesia. Komunitas ini tidak hanya sekedar tempat untuk berkumpul, tetapi mereka juga membuat ruang belajar, pertunjukan tari, belajar bahasa dan lainnya.

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Konsep Diplomasi Digital

Sebagaimana didefinisikan oleh Cull, diplomasi publik mencakup keseluruhan upaya suatu negara untuk mempengaruhi opini publik asing melalui berbagai bentuk komunikasi internasional, pertukaran pendidikan, diplomasi budaya dan program pembangunan hubungan jangka panjang dengan masyarakat negara lain.³⁵ Dengan demikian, diplomasi publik merupakan payung tujuan strategis suatu negara yang dapat dilaksanakan melalui berbagai saluran, baik konvensional seperti pameran, kelas budaya, dan publikasi cetak, maupun melalui saluran yang lebih baru seperti media digital. Diplomasi digital dalam kerangka yang dijelaskan oleh Bjola dan Holmes adalah penggunaan media sosial dan

³⁵ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age* (Cambridge: Polity Press, 2019).

platform digital yang memiliki tujuan diplomatik, mencakup negosiasi internasional, manajemen krisis, dan perencanaan strategi.³⁶ Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa diplomasi digital bukan konsep yang berdiri sejajar dan terpisah dari diplomasi publik akan tetapi salah satu instrumen atau saluran pelaksana dari diplomasi publik itu sendiri, yang secara spesifik beroperasi di ranah digital. Irisan antara keduanya dapat dilihat dari kesamaan aktor, kesamaan tujuan,, kesamaan sasaran.³⁷ Sedangkan perbedaan dari keduanya terletak pada karakteristik pelaksanaan, diplomasi publik konvensional cenderung satu arah dan formal, sementara diplomasi digital berpotensi menciptakan komunikasi dua arah yang informal dan *real time*. Inilah yang menjadi alasan digunakannya secara khusus kerangka diplomasi digital Bjola, bukan hanya sekedar kerangka diplomasi yang di kemukakan oleh Cull dalam menganalisis aktivitas KCCI di Instagram.

Peneliti menggunakan definisi diplomasi digital dari Corneliu Bjola untuk mendefinisikan diplomasi digital untuk mencapai kebijakan luar negeri, terutama dalam berinteraksi dengan publik asing. Kemudian peneliti menggunakan konsep diplomasi digital oleh Corneliu Bjola dan Lu Jiang untuk mengidentifikasi bagaimana diplomasi digital Korea Selatan di Indonesia melalui media sosial yang dimiliki oleh KCCI. Diplomasi digital sendiri merupakan penggunaan pada media sosial dan platform untuk mendukung kegiatan diplomatik, terkhususnya pada diplomasi publik.³⁸

Menurut Bjola dan Holmes, diplomasi digital dapat diartikan sebagai “penggunaan media sosial yang memiliki tujuan untuk diplomatik” di mana di

³⁶ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

³⁷ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2004).

³⁸ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

dalamnya terdapat negosiasi internasional, manajemen krisis, dan juga perencanaan strategi. Bjola dan Holmes juga menjelaskan, diplomasi digital tidak hanya sekedar alat untuk menjalankan komunikasi, akan tetapi merupakan bagian dari perubahan negara-negara dalam mengelola sistem internasional. Diplomasi digital bagi mereka merupakan sebuah perubahan, di mana negara dapat merespon secara adaptif dan cepat.³⁹

Bull dalam buku *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics* menjelaskan diplomasi secara tradisional adalah hubungan antarnegara yang dilaksanakan oleh institusi resmi dan dilakukan secara damai.⁴⁰ Akan tetapi, dengan adanya peningkatan dari teknologi komunikasi dan informasi, struktur yang dimiliki diplomasi juga mengalami pergeseran. Sebenarnya kemunculan dari diplomasi digital ini adanya kebutuhan dalam menjangkau masyarakat internasional secara interaktif, cepat melalui media digital.⁴¹

Untuk menilai seberapa efektif media sosial dalam konteks diplomasi publik, Bjola menyampaikan tiga aspek, yaitu *agenda-setting*, *presence-expansion*, dan *conversation-generating*.⁴²

1) *Agenda Setting*

Adalah kemampuan diplomasi digital yang mengarahkan diplomasi publik kepada isu-isu yang sesuai dengan kepentingan dari negara bersangkutan. Dari media sosial yang ada perwakilan diplomatik dapat mengemukakan narasi, mempengaruhi publik, dan juga mengangkat

³⁹ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

⁴⁰ Hedley Bull, *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics* (London: Bloomsbury Publishing, 2012), 156.

⁴¹ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

⁴² Corneliu Bjola and Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

tema tertentu yang sesuai dengan kepentingan negara. Agar nantinya isu yang diajukan sesuai dengan sasaran negara yang akan dituju.⁴³

Pada bab yang di tulis oleh Bjola dan Jiang ini pula dijelaskan dengan menggunakan studi kasus. Dalam kasus Jepang, EU, dan juga AS pada media Tiongkok (Weibo) mereka menggunakan postingan yang strategis dalam membentuk suatu opini publik tentang hak asasi manusia, kerja sama ekonomi, dan demokrasi, itu semua adalah bentuk dari *agenda-setting*.

2) *Presence Expansion*

Merupakan upaya dalam memperluas kehadiran digital demografis dan geografis. Hal ini dilakukan untuk membangun jaringan bersama audiens, memperluas konten diplomatik, meningkatkan pengikut media sosial, terutama kepada generasi muda.⁴⁴

3) *Conversation Generating*

Kemampuan dalam menciptakan interaksi dua arah antar aktor dan audiens. diplomasi digital tidak hanya menyebarkan informasi semata, akan tetapi juga dapat menciptakan percakapan yang dapat membangun sebuah keterlibatan dan kepercayaan. Tujuan utama diplomasi digital sendiri ialah membangun sebuah komunitas digital yang aktif dalam berdiskusi dan berdialog tentang budaya dari negara asal dan tentang seputar kebijakannya.⁴⁵

⁴³ Corneliu Bjola and Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

⁴⁴ Corneliu Bjola and Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

⁴⁵ Corneliu Bjola and Marcus Holmes, “*Digital Diplomacy : Theory and Practice*” (2015)

Peneliti memilih untuk menggunakan konsep yang meneliti efektivitas, tetapi dalam studi ini tidak meneliti sampai pada efektivitas diplomasi digital. Konsep ini diambil karena peneliti ingin menganalisis bagaimana usaha diplomasi digital dalam kampanye KCCI. Konsep ini memiliki tiga indikator utama yaitu *agenda setting*, *presence-expansion*, dan *conversation-generating* yang bisa digunakan untuk mengevaluasi bagaimana para aktor berusaha menciptakan narasi, memperluas jangkauan kehadiran digital, serta mendorong interaksi dalam ranah diplomasi digital. Ketiga indikator ini penting untuk memahami taktik dan langkah-langkah yang diambil dalam penerapan diplomasi digital, tanpa perlu menilai seberapa jauh usaha tersebut sukses atau efektif. Walaupun penelitian ini berfokus pada usaha diplomasi digital, konsep efektivitas tetap berkaitan karena keberhasilan suatu strategi tidak lepas dari bagaimana usaha tersebut direncanakan dan dilaksanakan. Untuk menggambarkan bagaimana operasional dari konsep yang digunakan peneliti, disajikan tabel operasional.

Tabel 1.1 Operasional Konsep

Aspek	Variabel	Kriteria
<i>Agenda-Setting</i>	Isu yang dibahas dalam komunikasi global	Menentukan unggahan di media sosial, pertanyaan resmi, dan kampanye digital yang berkaitan dengan diplomasi
		Menentukan tema utama dan narasi yang dibuat
	Jumlah kemunculan masalah pada platform digital	Menghitung jumlah unggahan yang berkaitan dengan isu dan waktu tertentu
<i>Presence-Expansion</i>	Pertambahan pengikut dan interaksi	Analisis pola peningkatan pengikut dan level partisipasi

		(likes, comments, dan shares)
Conversation-Generation	Tingkat partisipasi audiens dalam diskusi	Menghitung jumlah komentar, diskusi dan tanggapan dari unggahan
	Keterlibatan dalam diplomasi digital	Melihat kerjasama dengan aktor lain, baik pemerintah, non-pemerintah, individu.

Sumber : Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, eds., *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (New York: Routledge, 2015)

Berdasarkan tabel operasional dari konsep diplomasi digital oleh Corneliu Bjola, dapat diambil kesimpulan bahwasanya strategi diplomasi digital yang mencakup tiga aspek *agenda setting*, *presence-expansion*, dan *conversation-generating*. Ketiga aspek ini memiliki peran penting dalam membentuk pandangan publik, mendorong keterlibatan dan interaksi, dan memperluas jangkauan diplomasi digital. Dengan mengetahui berbagai elemen yang terlibat, diplomasi digital bisa dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mencapai target komunikasi yang strategis.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu rangkaian untuk memecahkan masalah penelitian yang sistematis. Metode penelitian sendiri memiliki fungsi dalam menjabarkan gagasan seperti mengapa penelitian dilakukan, bagaimana masalah penelitian dapat didefinisikan, cara dalam merumuskan hipotesis, data yang dikumpulkan, metode yang digunakan, mengapa teknik analisis data tertentu dapat digunakan, dan gagasan apa yang sekiranya dapat berguna dalam memaparkan bagaimana penelitian yang dilakukan. Metode penelitian juga bertujuan untuk menemukan jawaban yang nantinya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah

serta dapat dibuktikan akan kebenarannya. Tidak hanya itu, metode penelitian juga dapat menyelesaikan masalah.

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. pendekatan kualitatif dipilih untuk menganalisis diplomasi digital Korea Selatan melalui KCCI. Penelitian ini nantinya akan mengumpulkan data melalui media sosial yang dimiliki oleh KCCI guna melihat bagaimana diplomasi digital Korea Selatan berjalan melalui media yang ada. Nantinya setiap media sosial yang ada akan dilihat mulai dari konten apa saja yang diberikan, berapa jumlah pengikut media sosial, dan bagaimana respon atau komentar yang diberikan terhadap apa yang disajikan dari setiap media sosial.

1.8.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan mengambil batasan masalah tentang diplomasi digital Korea Selatan melalui media sosial KCCI dan mengambil batasan waktu dari awal tahun 2023 hingga akhir tahun 2024. Rentang waktu yang dipilih karena adanya aktivitas diplomasi digital yang relevan. Selain itu juga, pada rentang dua tahun ini dapat mempresentasikan pasca-pandemi dan adanya adaptasi baru dalam diplomasi publik yang semakin menuju kepada kemajuan digital.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah KCCI. Fokus utama penelitian ini untuk mengidentifikasi bagaimana instagram yang dimiliki KCCI dalam menjalankan diplomasi digital Korea Selatan. Sedangkan unit eksplanasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Indonesia sebagai negara yang dipilih Korea Selatan untuk menjalankan diplomasi digitalnya.

Penelitian ini menggunakan tingkat analisis pada level negara-bangsa. Mohtar Mas'ood menyatakan bahwa semua pembuat keputusan akan berperilaku sama jika menghadapi situasi yang sama. Ditekankan pada perilaku unit negara-bangsa, karena hubungan internasional pada dasarnya didominasi oleh perilaku negara-bangsa.⁴⁶

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan crawling, crawling sendiri merupakan proses pengambilan data secara otomatis dari berbagai sumber digital, terutama pada website.⁴⁷ Pengumpulan data juga dilakukan melalui studi kepustakaan dengan fokus pada dua *keyword* utama yaitu “*diplomasi digital*”, “*diplomasi digital Korea Selatan*” dan “*Korean Cultural Center Indonesia*”. Pencarian literatur dilakukan pada Google Scholar, merupakan platform yang menyediakan akses berbagai literatur akademis. Rentang waktu yang dipilih untuk pencarian adalah tahun 2020 hingga 2024 dengan tujuan untuk memperoleh informasi terbaru dan relevan mengenai diplomasi digital sebagai instrumen diplomasi publik setelah melakukan pencarian dengan kedua *keyword*, ditemukan 453 artikel yang terkait dengan pencarian. Angka ini dapat menunjukkan minat besar dalam penelitian tentang diplomasi digital. Selanjutnya, peneliti akan memilih artikel yang sesuai dengan kriteria penelitian yang relevan dengan fokus penelitian. Hasilnya peneliti mengidentifikasi sekitar 60 artikel yang memenuhi kriteria layak untuk dianalisis lebih lanjut.

⁴⁶ Mohtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi* (Jakarta: LP3ES, 1990).

⁴⁷ Ivosights, “Crawling dan Scraping Data, Serupa Tapi Tak Sama,” *Ivosights.com*, diakses 25 Juli 2025, <https://ivosights.com/read/artikel/crawling-perbedaan-dan-scraping-data-serupa-tapi-tak-sama>.

Selain studi kepustakaan, penelitian ini juga menggunakan data primer, data primer adalah jenis data yang belum diolah secara spesifik. Data primer dapat dikumpulkan secara langsung melalui kuesioner, wawancara, survei, dan media lain yang dapat digunakan dalam memperoleh data. Dalam penelitian ini data primer yang akan digunakan adalah Instagram Korean Cultural Center Indonesia (@kcc.id).

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya dan secara khusus sudah dikumpulkan untuk memenuhi kebutuhan data dalam sebuah penelitian. Data sekunder sendiri dapat merupakan data yang telah diproses dari berbagai sumber seperti situs web, artikel jurnal, buku, dan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang dikenal dengan *library research*, dimana Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs web, artikel jurnal, buku dan juga media yang berkaitan dengan tema penelitian. Peneliti menggunakan beberapa buku dengan judul *Routledge New Diplomacy: Studies Digital Diplomacy Theory and Practice*, *The Digitalization of Public Diplomacy*, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi*, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Data-data lainnya yang digunakan diperoleh dari jurnal ilmiah dari terbitan *Pacific Affairs*, *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, *IJRDO-Journal of Social Science and Humanities Research*.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Pengumpulan data akan dilakukan melalui akun instagram KCCI. Analisis dilakukan pada setiap postingan dan nantinya akan dicocokkan dengan 3 aspek berdasarkan kerangka diplomasi digital. Selanjutnya nanti menginterpretasikan

hasil dari temuan setiap postingan dan menarik kesimpulan dari keseluruhan guna menjawab pertanyaan penelitian yang sudah dibuat.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam 5 bab, dan setiap bab terbagi dalam beberapa sub-sub bab, untuk mempermudah dalam memaparkan materi dari skripsi ini yang dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang menjelaskan latar belakang, dimana di sini adanya penguraian alasan di balik pemilihan judul dari penelitian. Berikutnya, bab ini akan menjelaskan rumusan masalah, diikuti dengan tujuan penulisan dan manfaat dari penelitian. Dalam bab ini juga dibahas tentang originalitas penulisan, kajian Pustaka, serta metode penelitian yang digunakan, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : KCCI SEBAGAI DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN

Bab ini akan menjelaskan perkembangan diplomasi publik Korea Selatan di berbagai sektor, terutama melalui pendekatan *soft power*

BAB III : INDONESIA SEBAGAI TARGET DIPLOMASI DIGITAL KOREA SELATAN

Bab ini akan menjelaskan kenapa Indonesia dipilih oleh Korea Selatan sebagai negara dalam menjalankan diplomasi publik terutama diplomasi digital

BAB IV : DIPLOMASI DIGITAL KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL KOREAN CULTURAL CENTER INDONESIA

Pada bab ini peneliti menjabarkan analisis tentang bagaimana media sosial Korean Cultural Center Indonesia menjadi wadah diplomasi digital Korea Selatan.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi digital untuk mengeksplorasi media menjadi wadah diplomasi digital.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil analisis dan penelitian dari bab I sampai bab IV, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

