

**CORPORATE DIPLOMACY : PERAN SM ENTERTAINMENT  
MELALUI NEW CULTURE TECHNOLOGY DALAM  
DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai salah satu syarat dalam  
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas*



**Oleh :**

**MAHARANI PUTRI**

**NIM. 1610851016**

**Pembimbing : Sofia Trisni, S.IP, MA (IntRel)**

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

**PADANG**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran SM Entertainment selaku aktor privat (non-negara) dalam diplomasi publik Korea Selatan melalui strateginya yang dinamakan *New Culture Technology* (NCT). Diplomasi publik merupakan kunci utama dari *soft power* yang sering digunakan oleh pemerintah berbagai negara di dunia, termasuk Korea Selatan, dalam upaya mencapai kepentingan negaranya dengan memanfaatkan budaya dan aktor swasta. Aktor swasta ini kemudian memberikan kontribusi positif terhadap diserapnya budaya Korea Selatan dengan cepat secara global melalui *Korean wave*. Penelitian ini berupaya untuk memberikan kontribusi dengan menganalisis strategi perusahaan SM Entertainment yang disebut dengan NCT dan hubungannya dengan diplomasi publik yang dilaksanakan oleh Pemerintah Korea Selatan dengan menggunakan konsep *corporate diplomacy*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui studi pustaka dengan cara menganalisis aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh SM Entertainment dan melihat di mana kecocokan aktivitas ini dengan *corporate diplomacy*. Penelitian ini menemukan bahwa peran SM Entertainment dalam diplomasi publik Korea Selatan adalah melakukan berbagai kegiatan perusahaan dengan aplikasi strategi *New Culture Technology* (NCT) dalam aktivitas diplomasi kebudayaan, penanaman modal asing, kegiatan *branding* (*place/nation/destination*), pengembangan *brand* dan produk, serta pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci : SM Entertainment, Korea Selatan, Diplomasi Publik, *Corporate Diplomacy*, *New Culture Technology*, *Korean wave*



## ABSTRACT

*This research aims to describes the role of SM Entertainment as a private (non-state) actor in South Korea public diplomacy using the coporate's strategy called New Culture Technology (NCT). Public diplomacy is the main key of soft power often used by the governments of many country, including South Korea, as the effort to achieve their national interest using the power of culture and private actor. This actor then made a positive contribution to the rapid absorption of South Korean culture globally through the Korean wave. This research try to give a contribution by analyzing the corporate strategy of SM Entertainment, knowns as NCT, and it's relations with the public diplomacy carried out by the South Korean Government, using the concept of corporate diplomacy. This research is a qualitative research which done through literature study by analyzing SM Entertainment's activities and examining whether those activities match the aspect of corporate diplomacy. This researh found that SM Entertainment's role in South Korean public diplomacy is through the corporate activities with the application of New Culture Technology (NCT) strategy in cultural diplomacy activities, foreign investment, branding (place/nation/destination), brand and products development, and the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR).*

*Keywords : SM Entertainment, South Korea, Public Diplomacy, Corporate Diplomacy, New Culture Technology, Korean wave*

