

## STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN TERHADAP INDONESIA MELALUI KOREAN WAVE

Maria Veri Diana Baun Yuel<sup>1</sup>, Ariel Nethan<sup>2</sup>, Ananda Dewin Ikhtiarin<sup>3</sup>,  
Viola Marsela Agustin<sup>4</sup>, Diansari Solihah Amini<sup>5</sup>, Yeyen Subandi<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi,  
Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>mrveridiana@gmail.com, <sup>2</sup>nethanariel0@gmail.com, <sup>3</sup>ikhtiarinanadadewin@gmail.com,  
<sup>4</sup>marselaagustinviola@gmail.com, <sup>5</sup>dian\_amin@yahoo.com, <sup>6</sup>yeyensubandi@gmail.com

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan dari strategi yang digunakan oleh Korea Selatan dalam menjalin hubungan diplomasi dengan Indonesia melalui Korean Wave. Diera globalisasi saat ini sangat banyak cara yang dapat digunakan oleh masing-masing negara dalam melakukan diplomasi, salah satunya seperti yang dilakukan oleh Korea Selatan, dengan menggunakan budaya modern (Korean Wave), yang merupakan alat diplomasi publik dalam membangun citra Korea Selatan yang juga merupakan salah satu budaya modern korea yang saat ini sangat marak hampir di setiap negara yaitu Industri Hiburan yang meliputi Kpop, K-drama, dan Movie. Budaya Modern Korea ini juga digunakan Korea Selatan sebagai strategi terhadap Indonesia yang memiliki dampak cukup besar dalam hubungan bilateral yang terjadi antar kedua negara. Hubungan Indonesia dan Korea Selatan bisa dikatakan cukup erat, dan dapat dilihat dari kerja sama yang telah terjalin antar kedua negara hingga saat ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif. Adapun bahan yang digunakan penulis sebagai sumber dengan menggunakan buku, jurnal dan berbagai sumber literatur yang relevan. Penelitian ini menggunakan atau ditulis menggunakan pendekatan diplomasi publik, sehingga hasil dari penelitian ini penulis menemukan bagaimana Diplomasi publik Korea Selatan terhadap Indonesia dengan menggunakan Korean Wave sebagai strategi dalam menjalin hubungan diplomasi, terutama dalam bidang budaya antar kedua negara.*

**Kata Kunci:** Budaya Modern; Industri Hiburan; K-pop; Pengaruh.

## ABSTRACT

*This study aims to determine how the implementation of the strategy used by South Korea in establishing diplomatic relations with Indonesia through the Korean Wave. In the current era of globalization, there are many ways that can be used by each country in conducting diplomacy, one of which is South Korea, using modern culture (Korean Wave), which is a tool of public diplomacy in building the image of South Korea which is also a One of the modern Korean cultures which is currently very widespread in almost every country is the Entertainment Industry which includes Kpop, K-drama, and Movies. Korean Modern Culture is also used by South Korea as a strategy against Indonesia which has a considerable impact on bilateral relations that occur between the two countries. The relationship between Indonesia and South Korea can be said to be quite close, and it can be seen from the cooperation that has existed between the two countries to date. This research uses descriptive qualitative research method. The material used by the author as a source by using books, journals and various relevant literature sources. This study uses or is written using a public diplomacy approach, so that the results of this study the author finds out how South Korea's public diplomacy towards Indonesia uses the Korean Wave as a strategy in establishing diplomatic relations, especially in the cultural field between the two countries.*

**Keywords:** *Modern Culture; Entertainment Industry; K-pop; Influence.*

## PENDAHULUAN

Globalisasi yang sangat maju saat ini, dan nyata tentu saja dapat mempengaruhi hubungan masyarakat internasional dalam berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, politik hingga budaya. Era globalisasi menimbulkan banyak perubahan dalam banyak hal antar negara di lingkungan internasional. Globalisasi saat ini menjadikan dunia/lingkungan internasional seakan-akan berubah menjadi lingkungan kecil yang tanpa batas. Interaksi/hubungan antar manusia dan negara semakin mudah dilakukan guna menunjang kesepakatan-kesepakatan dan tujuan-tujuan yang hendak dicapai. (Setiadi, 2015). Demikian pula halnya dengan diplomasi yang transisi dari diplomasi yang bersifat tradisional, menjadi diplomasi yang terbuka melalui partisipasi berbagai aktor, alat dan cara penyampaian disebut diplomasi publik. Akan tetapi keberadaan diplomasi publik tidak dimaksudkan untuk mengubah model diplomasi saat ini, tetapi keberadaan diplomasi publik hadir untuk melengkapi upaya pemerintah dalam diplomasi tradisional sistemnya. (Hennida, 2009)

Hubungan diplomatik yang terjalin antara Indonesia dan Korea Selatan sendiri telah lama mulai. Hubungan diplomatik antara kedua negara secara resmi dimulai pada bulan Agustus 1966. Kedekatan hubungan kedua negara didorong oleh beberapa faktor, khususnya dalam bidang ekonomi yaitu perdagangan bebas, yang berperan penting dalam memperkuat hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan. Sehingga mempengaruhi bidang lain seperti sosial dan budaya. Hubungan bilateral antara kedua negara semakin meningkat intensitasnya sejak lima tahun terakhir. Hal ini dipicu oleh berbagai faktor terutama akibat adanya free trade yang juga ikut berperan besar dalam peningkatan hubungan kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan. (Leonardo, 2019)

Sebagai instrumen *soft power*, perkembangan diplomasi publik terjadi cukup pesat.

Perkembangan yang pesat ini dipicu oleh fakta bahwa upaya pemerintah di bidang diplomasi dinilai gagal menyelesaikan konflik yang terjadi antar negara, seperti kurang percaya satu sama lain. Kegagalan garis depan diplomasi telah mengembangkan gagasan peningkatan diplomasi publik sebagai sarana alternatif penyelesaian konflik antar bangsa. (Hennida, 2009) Pendekatan yang saat ini sering digunakan dalam melakukan diplomasi publik yaitu budaya. Pendekatan berbasis budaya ini biasa berupa budaya modern, yang identik dengan budaya pop dari negara-negara barat akan tetapi bukan berarti tidak ada tradisional.

Pendekatan ini juga digunakan oleh Korea Selatan dalam melakukan diplomasi publik, dimana Asia juga mulai menunjukkan kekreativannya dengan mengeksplor budaya populer. Budaya populer yang digunakan Korea Selatan, yaitu *Korean Wave* atau yang lebih dikenal *Hallyu* dan telah menunjukkan kebolehannya sebagai salah satu negara produsen budaya pop terutama melalui industri hiburan. Hal ini terlihat dengan tumbuhnya industri di Korea yang biasa kita kenal dengan *Korean Wave* atau *Hallyu*, yang berhasil mendapatkan perhatian masyarakat global. Saat ini, dan diplomasi publik dianggap sebagai alat yang populer untuk mewujudkan kepentingan negara. Oleh karena itu, Korea dengan potensi budayanya telah mempromosikan dan mengoptimalkannya.

*Hallyu* merupakan istilah yang pertama kali diciptakan oleh salah satu jurnalis Tiongkok pada pertengahan 1990-an, yang disebut *Hallyu* dalam bahasa Mandarin dan *Korean Wave* di Korea. Istilah *Hallyu* mulai muncul dan mulai populer pada tahun 1997 ketika China mulai menayangkan drama Korea 'What is Love' di *Central Television Station* (CCTV) China. Drama tersebut kembali disiarkan pada tahun 1998 dan mencapai nomor dua dalam sejarah film Tiongkok. Tidak hanya China, Vietnam juga termasuk di antara negara-negara yang terpengaruh oleh popularitas budaya Korea. (Beatrix E.D. Sendow, 2018)

Selain adanya Organisasi Pariwisata Korea atau *Korea Tourism Organization* (KTO) yang merupakan organisasi dari Republik Korea (Korea Selatan) yang sebelumnya telah didirikan pada tahun 1962 di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Organisasi ini ditugaskan untuk mempromosikan industri pariwisata yang mempromosikan pariwisata di Korea. (Aristyani & Yuniasih, 2020) Pemerintah Korea Selatan juga menggunakan *Korean Wave* atau *Hallyu* sebagai bagian dari diplomasi. Sejak 2005, hal ini menunjukkan bahwa *Korean wave* telah menjadi bagian dari diplomasi Korea. Sejak itu, *Korean Wave* telah menggarap promosi Korea. melalui *Korean wave*, juga ada KOFICE (*Korea International Cultural Exchange Foundation*) yang tujuan utamanya untuk menaikkan standar. Pertukaran tenaga ahli membuka jalan bagi kerjasama dan merupakan dasar bagi pertukaran budaya dan kerjasama antar negara. (Beatrix E.D. Sendow, 2018).

Penjelasan sebelumnya adalah bahwa dalam studi hubungan internasional di era modern saat ini, muncul masalah baru di luar konteks masalah tradisional seperti masalah ekonomi dan politik. Konsep budaya kerap menjadi perdebatan dan merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang memfasilitasi dan mempercepat inklusi budaya antar bangsa dengan memfasilitasi interaksi antar industri, manusia di dunia.

Diplomasi publik sendiri merupakan alat yang banyak digunakan untuk mewujudkan

kepentingan suatu bangsa dalam hubungannya dengan bangsa lain melalui hati dan pikiran. Negara bukan satu-satunya aktor dalam pencarian diplomasi publik baru, namun ada aktor non-negara yang juga berperan dalam diplomasi publik dalam kasus ini yang terlibat adalah perusahaan-perusahaan multinasional dan transnasional, media, bahkan individu-individu tertentu.(AMORITA, 2021) Penulis ini fokus membahas tentang diplomasi publik Korea Selatan, secara khusus bagaimana Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui *Korean Wave*?

## **KAJIAN TEORI**

### **Diplomasi Publik atau *Public Diplomacy***

Diplomasi saat ini tidak lagi dipimpin oleh aktor negara, tetapi melibatkan aktor negara terbelakang yang menjalankan tugas penting terakhir diplomasi publik. Diplomasi adalah seperangkat aturan dan peraturan yang mengatur hubungan antar negara. Hal ini tertuang dalam Kementerian Luar Negeri "Struktur Organisasi, Prosedur, Peraturan dan Kepabeanaan". Diplomasi secara tradisional dilakukan oleh diplomat sesuai dengan standar profesional yang ditetapkan. Bagi negara-negara kecil, diplomasi publik merupakan peluang untuk membentuk agendainternasional dengan cara yang melampaui *hard power* (militer dan ekonomi). (Bátora, 2005).

Istilah "diplomasi publik" pada mula digunakan di sebuah surat kabar pada Januari 1856 London yang dibuat untuk mengkritik kebijakan luar negeri Presiden Franklin Pierce. Pada saat itu, diplomasi publik lebih didefinisikan sebagai upaya untuk mengekspos atau menginformasikan publik tentang politik. Kemajuan transportasi, teknologi dan informasi telah membawa banyak perubahan. Dengan kata lain, kegiatan diplomasi tidak lagi menjadi subjek diplomasi resmi suatu negara, dan pentingnya diplomasi publik semakin berkembang. Praktik diplomasi saat ini meliputi revolusi informasi dan teknologi, peningkatan peran media, globalisasi sistem ekonomi dan keuangan, pertumbuhan aktivitas diplomatik dan ekonomi, serta peningkatan partisipasi publik dalam urusan internasional, hak asasi manusia, dan lingkungan. Mengatasi masalah yang melampaui batas, seperti pengungsi, terorisme, dan kejahatan internasional Menurut diplomasi internasional, diplomasi publik berupaya mempengaruhi opini publik di negara lain melalui berbagai cara seperti film, pertukaran budaya, televisi, dan radio.(Effendi, 2011)

Diplomasi publik mencakup semua tindakan oleh aktor negara dan non-negara yang ikut serta berkontribusi pada penjagaan atau penguatan soft power suatu negara. Setiap kali diplomasi publik digunakan, kemajuan terlihat pada soft power bangsa. Hal ini membutuhkan keterlibatan pejabat negara. Ada juga interaksi yang menguntungkan dengan organisasi non-pemerintah dan kementerian negara bagian atauluar negeri, karena nilai, citra, dan aset terkait negara lainnya dapat memengaruhi aktivitas organisasi ini. (Effendi, 2011)

Diplomasi publik dapat dicapai dengan berbagai cara, termasuk melalui pertemuan formal dan negosiasi dengan diplomat, untuk mempengaruhi pendapat dan kebijakan negara

lain. Pertanyaan tentang ekonomi, masyarakat, kesejahteraan, lingkungan, dan lainnya. Hal ini sering disebut sebagai politik rendah. Artinya, kepentingan negara yang sudah tidak lagi terbatas pada tugas dan tanggung jawab pemerintah, tetapi juga mempengaruhi aktor non-negara. Soft power telah muncul sebagai alat penting untuk berbagai intervensi yang mencakup aktor, galeri seni, musik, kelompok media, jurnalis, serta berbagai aktor dan organisasi yang mempengaruhi masyarakat umum secara internasional. Masyarakat, instansi pemerintah, organisasi, pengusaha dan produsen, politisi, partai politik dan pakar politik, ulama, perguruan tinggi, tokoh agama, kelompok agama, dll. (Effendi, 2011)

Diplomasi publik adalah salah satu alat yang digunakan pemerintah untuk berkomunikasi dan mengelola hubungan dengan negara lain dan melindungi kepentingan nasional mereka dengan menarik pemirsa dari negara lain dan juga dari negara mereka sendiri. (Nye, 2008) Diplomasi publik mencoba menarik perhatian melalui sosialisasi, subsidi ekspor, perdagangan, dll. Namun, apabila konten budaya, kebijakan dan nilai tidak menarik, maka dari itu sama halnya dengan diplomasi publik yang tidak dapat menarik ataupun menghasilkan sesuatu yang meyakinkan, begitu juga dengan sebaliknya. Dengan ini, budaya menjadi salah satu alat diplomasi budaya, yaitu serangkaian kegiatan yang menciptakan makna bagi masyarakat dan memiliki banyak manfaat. Dan secara umum dapat dibedakan antara budaya tinggi seperti sastra, seni, dan pendidikan yang diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat, dan juga adanya budaya populer yang menitikberatkan pada hiburan massal. (Nye, 2008)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa hadirnya konsep baru didalam dunia internasional, yaitu diplomasi publik ini membawa suasana baru bagi setiap negara yang ingin mencapai kepentingannya. Sehingga hal ini juga digunakan oleh Korea Selatan dalam mencapai kepentingan negara. dalam hal ini Korea Selatan menggunakan menggunakan Korea Wave sebagai alat diplomasi, melihat *Hallyu* saat ini memiliki sangat banyak penggemar dan selalu menjadi topik perbincangan didunia hiburan dunia, sehingga strategi ini menjadi atau bisa dikatakan berhasil dan efektif digunakan oleh Korea Selatan sebagai alat diplomasi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode merupakan sebuah kegiatan ilmiah yang berkenaan dengan pemahaman (sistematis) suatu topik atau objek penelitian, dengan tujuan menemukan jawaban yang dapat dibuktikan secara ilmiah dan memuat nilai-nilainya. Menurut Creswell, Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menyelidiki dan memahami makna masalah sosial pada kelompok bahkan individu orang yang berbeda. Secara umum, penelitian kualitatif sering kali digunakan untuk mempelajari kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, konsep dan fenomena, masalah sosial, dan masalah lainnya. (Ishtiaq, 2019)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan konseptual dan metode deskriptif kualitatif, memanfaatkan buku-buku, jurnal-jurnal penelitian yang dilakukan oleh penulis-penulis sebelumnya, dan berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan penulisan

ini yang secara umum di akses melalui internet. Metode ini digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diselidiki dengan menjelaskan strategi diplomasi publik pemerintah Korea untuk Indonesia melalui gelombang Korea. Secara konseptual, penulis mempertimbangkan konsep dan pendekatan diplomasi Korea Selatan, serta bagaimana masyarakat Indonesia menyikapi hubungan intim diplomatik publik Korea Selatan dengan masyarakat Indonesia.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Hallyu (Korean Wave) sebagai alat diplomasi Korea**

Ketika para pemimpin berubah dan komunitas internasional menjadi tertarik pada budaya Korea, *Hallyu* digunakan pemerintah Korea yang akan terlibat dalam diplomasi budaya di panggung global. Diplomasi merupakan salah satu alat *soft power* dalam politik luar negeri yang digunakan untuk mencapai tujuan dan kepentingan nasional Korea Selatan. Pernyataan ini sesuai dengan visi Kementerian Olahraga, Pariwisata, dan kebudayaan yang mencakup empat strategi pengembangan budaya tanah air. Pertama, dengan menyebarkan budaya dalam kehidupan sehari-hari, kita memperluas pengalaman budaya masyarakat lokal. Hal ini juga mengembangkan kebijakan budaya yang sesuai secara regional dan memperluas dukungan untuk pengalaman seni. (Triwahyuni, n.d.-a).

Strategi kedua, promosi jiwa manusia dan budaya, penerapan sehari-hari dan penggunaan budaya tradisional, dan penemuan kembali tradisi manusia melalui reformasi total sistem pelestarian dan pengelolaan budaya. Ketiga, diharapkan bisa meningkatkan pertumbuhan nilai tambah dalam industri dengan membina industri jasa yang berbasis budaya dengan penciptaan lapangan kerja dalam sektor budaya. Selain itu, pariwisata domestik telah direvitalisasi, pasar pariwisata Korea telah dikembangkan, dan pertumbuhan baru telah dicapai dalam industri olahraga. Keempat, memperkuat pembelajaran dan kerjasama untuk pengaruh budaya, menciptakan *Hallyu* melalui budaya Korea, dan menyebarluaskan nilai-nilai budaya melalui promosi budaya warga. Melalui strategi ini, Korea Selatan mempromosikan budaya Korea kepada dunia dan mempromosikan pariwisata. *Hallyu* dapat memperkuat status Korea di dunia internasional. (Triwahyuni et al., n.d.) Korea Selatan menggunakan beberapa bentuk diplomasi untuk mengejar kepentingan, seperti yang dibahas penulis yaitu diplomasi publik, yang melibatkan *Korea Wave* sebagai bagian dari diplomasi budaya Korea Selatan.

Korean Wave atau budaya Modern Korea merupakan alat *Soft diplomasi* yang digunakan oleh Korea Selatan dalam melaksanakan hubungan kerjasama dengan mitra negara lain, salah satunya Indonesia. Kerja sama tersebut diwujudkan dalam bentuk diplomasi publik dengan tujuan menyebarkan atau memperkenalkan budaya Korea ke Indonesia bahkan seluruh dunia dan menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain. Ketertarikan orang asing terhadap teater dan musik Korea kemudian ditarik untuk mencoba mengenalkan budaya Korea lebih banyak lagi. Sebagai contoh drama Korea, kita tidak hanya dilibatkan dengan cerita dengan plot yang bagus, tetapi juga dengan memperkenalkan

makanan, fashion, tempat wisata, dan perlengkapan rumah tangga yang dikemasedemikian rupa sehingga tanpa sadar kita tergoda. belajar lebih banyak tentang budaya Korea. Pemikiran masyarakat global sepertinya didominasi oleh hal-hal yang berbau Korea pasti enak dan sejuk. Indonesia juga tidak kebal terhadap penyebaran Korean wave.

*Korean Wave* atau *Hallyu* sekarang menjadi istilah yang mengacu pada popularitas global hiburan dan budaya Korea. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jutaan K-popers atau pecinta K-pop. Hal ini dibuktikan pada tahun 2019, Twitter mengumumkan daftar negara yang paling banyak men-tweet terkait artis Kpop sepanjang tahun 2019 dan Indonesia berada pada peringkat 3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Sedangkan untuk penayangan video-video K-pop di Youtube berdasarkan negara, Indonesia menempati posisi ke-2 dengan persentase 9.9%. Sementara itu, Korea Selatan berada pada posisi pertama dengan persentase yang tak jauh berbeda dari Indonesia yaitu 10.1%. (Sarajwati, 2020) Secara khusus di Indonesia sendiri terdapat beberapa bentuk Korean Wave yang cukup terkenal, diantaranya:

### **1. Kdrama**

Seperti pada penjelasan drama Korea merupakan pembuka gerbang bagi jalannya fenomena Korean Wave di beberapa negara Asia dan hingga saat ini tetap digandrung oleh masyarakat mancanegara dengan berbagai inovasi, pada umumnya drama Korea disuguh dalam 10–16 episode, dan untuk web drama 25-35 sehingga hal ini juga menjadi daya tarik drama Korea, dengan alur cerita yang sangat bervariasi dan berkesan di setiap episode. Drama Korea biasa berceritakan atau bertemakan kehidupan remaja, kisah cinta, keluarga, kerajaan dan yang terbaru bertemakan misteri, kriminal hingga komedi dan memiliki daya tarik tersendiri di setiap tema-tema yang disuguhkan untuk para penonton. Adapun hal lain yang mendukung, seperti pemilihan tempat yang mendukung atau cocok juga menjadi daya tarik bagi penonton, dengan menggambarkan kehidupan modern, tertib, budaya Korea Selatan dan indah yang dijalani oleh masyarakat Korea Selatan, selain itu pemeran yang memiliki visual atau berwajah cantik dan ganteng membuat para penonton sangat menyayangkan jika melewatkan setiap episode, terdapat juga berbagai pengetahuan baru yang disuguhkan sehingga membuat daya tarik yang lebih lagi bagi para penonton, dan tak jarang juga di beberapa adegan diperlihatkan kuliner atau makanan khas Korea yang menggugah selera para penonton. (Septansyah, 2020)

### **2. Kpop / Musik**

Musik Korea atau yang lebih dikenal dengan *Kpop* mulai berkembang dan mengalami perhatian luas pada tahun 2000-an, dan merupakan dampak dari kepopuleran Kdrama maupun film Korea yang memakai lagu-lagu Korea sebagai soundtrack dalam drama dan film yang ditayangkan (Firdani, 2019), dan perlu diketahui kedua produk ini merupakan yang utama dalam penyebar *Korean Wave*. Terlihat pada salah satu soundtrack drama *Full House* yang menjadi buruan para penggemar Kdrama, yang digunakan untuk mengenang scene terbaik dalam drama. (Rura, 2018) Sehingga trik ini terus berlanjut

disetiap drama seperti *Summer Scent, School 2013, Boys Before Flowers, Dream High, K2, Dream High, Playful Kiss, The Heirs*, hingga *Goblin*. Dan hal ini menjadi cara bagi musisi dan grup *Kpop* untuk mendompleng karya mereka dan memancing minat para penggemar untuk mengetahui lebih lanjut mengenai lagu maupun penyanyi bahkan yang berperan dibalik lagu tersebut, sebagai contoh soundtrack dari Drama *Boys Before Flower* yang menggunakan lagu milik SHINee, yang hingga saat ini masih populer dikalangan parapenggemar grup ini merupakan salah satu grup asuhan SM Entertainment.

Musik pop Korea sendiri erat kaitannya dengan musik Barat, namun diformulasikan memiliki tampilan khas Korea. Sebagai penyanyi pop Korea yang dikenal sebagai idola, setelah bertahun-tahun berlatih disebuah agensi perusahaan musik, ia telah menjadi talenta berkualitas tinggi dan tak terlupakan. Korean-POP terus diakui diberbagai belahan dunia. Dengan dimulainya Korean-POP, ketika grup musik HOT atau mitos memulai debutnya di Chinadan Jepang, semakin banyak grup musik pop yang muncul hingga hari ini dan menjadi idola baru di dunia internasional, seperti TVXQ, Big Bang, Super Junior, 2NE1, EXO, Girls' Generation. (Firdani, 2019)

### **3. K-Food**

Budaya Modern Korea Selatan dapat terus tumbuh dan menembus lebih dalam ke aspek lain seperti budaya tradisional Korea, bahasa dan sastra untuk memasukkan makanan Korea ke dalam bagian dari Korean Wave, atau Gelombang Korea, sehingga masakan Korea kini menjadi tren kuliner yang dipilih orang. Ada restoran di Indonesia yang menawarkan masakan Korea. (Firdani, 2019)

Tersebar nya produk-produk khasnya ke dunia di seluruh Korea telah memicu pesatnya pertumbuhan industri kreatif di sektor kuliner negara tersebut. Di luar drama, terdapat banyak strategi Korea Selatan dalam memperkenalkan makanan ke Indonesia dan dunia. Dengan munculnya fenomena social ini juga dimanfaatkan atau digunakan oleh para pengusaha di Indonesia untuk membangun kafe dan restoran dengan aroma khas Korea untuk menarik konsumen dan membuka peluang bisnis dengan menghasilkan keuntungan. Sudah banyak restoran, kafe, dan supermarket yang menjual berbagai masakan Korea, mulai dari makanan ringan hingga makanan kaya. Cita rasa yang unik, gaya makan, dan gaya makan ala Korea berhasil mengambil perhatian masyarakat Indonesia. Misalnya makanan atau jajanan mulai dari Tteokbokki, Gimhap hingga Odeng. Belum lagi berbagai jajanan kemasan, mulai dari kacang madu Korea, keripik kentang asli Korea, susu pisang hingga es krim kemasan, dan makanan khas seperti kimchi, ramen, bulgogi, chanmyung, dan bibimbap. Makanan-makan ini terus menjadi primadona di berbagai kalangan, sehingga banyak restoran bahkan usaha-usaha baru yang memasukan K-Food kedalam menu.

Adapun dukungan pemerintah untuk Korean Wave melalui jalur diplomatik, pemerintah Korea Selatan telah membentuk organisasi dengan berpusat di kedutaan Korea di berbagai negara Asia Tenggara, termasuk Jepang dan China, dan mengadakan pertemuan rutin setiap tiga bulan. Selain itu, Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan (MOFAT)

telah menyiapkan dana khusus untuk mendukung pemahaman tentang Korean Wave dan pertukaran budaya di dunia internasional. (Sari;, 2014)

## **B. Pengaruh Korean Wave terhadap Masyarakat Indonesia**

Melihat keberhasilan Korean wave melalui diplomasi publik yang dijalankan oleh Korea Selatan. Oleh karena itu, pemerintah bekerjasama dengan Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), mendirikan Korean Cultural Office (biasa disebut Korea Plaza) di luar negeri untuk membantu produsen budaya mengeksport produk budaya Korea, akibat dari terkenalnya budaya pop Korea di luar negeri. (Sari;, 2014)

*Korean Wave* mulai memasuki Indonesia pada awal tahun 2000an, drama produksi Korea Selatan. Berbagai televisi Indonesia mulai menayangkan drama, dimulai dengan stasiun televisi RCTI, lalu di ikuti oleh stasiun televisi Indonesia lainnya, masuk nya *Korean wave* di Indonesia mendapatkan respon baik dari berbagai kalangan masyarakat di Indonesia secara khusus, karenakan nilai-nilai yang dibawa oleh budaya Korea sangat mencerminkan kehidupan masyarakat Asia secara khusus Indonesia. (Sari;, 2014)

Kepopuleran budaya Korea di Indonesia membawa banyak dampak didalam kehidupan sosial, seperti terbiasanya masyarakat dengan artis dan aktor Korea Selatan, sehingga banyak terciptanya *fanclub* di Indonesia, munculnya tabloid etak yang lebih berfokus kepada dunia industry Korea Selatan, berkembangnya komik-komik hingga buku bacaan korea selatan yang telah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, dan perkembangan fashion Korea Selatan yang menjadi marak dilakakngan remaja Indonesia, hingga berkembangnya situs pertemanan melalui social media yang lebih berfokus kepada budaya pop Korea. (Sari;, 2014)

## **KESIMPULAN**

Di era globalisasi saat ini, dalam menjalankan diplomasi tidak hanya dilakukan oleh aktor negara saja tetapi juga oleh non-negara, sebagai salah satu contoh Diplomasi publik dimana aktor non-negara bisa terlibat dalam melakukan diplomasi, saat ini diplomasi publik menjadi salah satu alat yang efektif jika melihat keberhasilan yang dialami oleh Korea Selatan. Melihat keberhasilan yang dialami oleh Korea Wava, pemerintah mendukung penuh terhadap kelancaran penyebaran Korean Wave dengan membangun Korean Plaza. Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memilih diplomasi publik sebagai alat atau batu loncatan untuk mencapai kepentingan nasionalnya terhadap negara lain, salah satunya terhadap Indonesia. Terdapat beberapa budaya modern yang terkenal, yaitu *K-drama*, *Kpop*, dan juga *K-food* dalam hal ini diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan dapat dikatakan berhasil jika melihat respon dari kebanyakan masyarakat Indonesia. Adapun saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya bisa melanjutkan penelitian mengenai bagaimana pengimplementasian dari strategi publik Korea Selatan terhadap Indonesia melalui *Korean Wave*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Bátora, J. (2005). *Public Diplomacy in Small and Medium-Sized States: Norway and Canada*.

Effendi, T. D. (2011). *Diplomasi Publik Jepang: Perkembangan dan Tantangan*. 113.

### Artikel Jurnal pada Website :

AMORITA, S. D. (2021). *PERAN NON GOVERNMENTAL ORGANIZATION SEBAGAI AKTOR DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA (STUDI KASUS: PROGRAM KEBUDAYAAN RUMATA' ARTSPACE)*.

Aristyani, D. P., & Yuniasih, T. (2020). *Diplomasi Publik Korea Tourism Organization (KTO) terhadap Indonesia pada Sektor Pariwisata tahun 2018 – 2019*.

Beatrix E.D. Sendow, M. M. F. R. (2018). KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREAN SELATAN DI INDONESIA. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 7(4).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/politico/article/view/30494>

Firdani, K. (2019). *Analisis Peranan Korean Wave Sebagai Sarana Soft Diplomacy Terhadap Penyebaran Budaya Korea Selatan di Indonesia*.  
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14675>

Hennida, C. (2009). *Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri*.  
[http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/03\\_Hennida\\_DIPLOMASI%20PUBLIK.pdf](http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/03_Hennida_DIPLOMASI%20PUBLIK.pdf)

Ishtiaq, M. (2019). Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/ELT.V12N5P40>

Leonardo, L. (2019). *DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN - INDONESIA*. *Global Political Studies Journal*, 3(1), 1–32. <https://doi.org/10.34010/GPSJOURNAL.V3I1.1997>

Nye, J. S. (2008). *Public diplomacy and soft power*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>

Sari, N. R. ; S. P. (2014). *Pengaruh Hallyu sebagai soft power terhadap peningkatan hubungan kerjasama Indonesia-Korea Selatan (periode tahun 2005-2013)*.  
[http://library.upnvj.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=11472&keywords=](http://library.upnvj.ac.id/index.php?p=show_detail&id=11472&keywords=)

Septansyah, W. K. (2020). *Pengaruh Korean Wave (Budaya Korea) Dalam Hubungan Diplomasi Antara Indonesia Dengan Korea Selatan*.  
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/25929>

Setiadi, E. (2015). *PENGARUH GLOBALISASI DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL*.  
<http://jurnalhiusni.org/index.php/idu/article/view/2/2>

Triwahyuni, D., Leonardo, & Aldean Tegar Gemilang. (n.d.). *DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN KOREA SELATAN- INDONESIA DI INDONESIA*. Retrieved December 13, 2022, from <https://adoc.pub/diplomasi-budaya-korea-selatan-korea-selatan-indonesia-di-in.html>

**Artikel Koran/Surat Kabar/Harian pada Website :**

Rura, C. (2018). Fenomena Hallyu dan Fanatisme K-pop di Indonesia - Medcom.id. *Medcom.Id*.  
<https://www.medcom.id/hiburan/indis/ybDzOxZK-fenomena-hallyu-dan-fanatisme-k-pop-di-indonesia>

Sarajwati, M. K. A. (2020, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia – Environmental Geography Student Association*.  
<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>