



Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui Grup Idola K-Pop terhadap Publik Indonesia 2020-2022

Annisa Rahmadhani Angesti

Universitas Padjadjaran, Indonesia; email: annisaangesti@gmail.com

Chandra Purnama

Universitas Padjadjaran, Indonesia; email: cpurnama@rocketmail.com

| Submit: 13-08-2023 | Accept: 21-10-2024 | Publish: 31-01-2024 |

Keywords

*Cultural Diplomacy
Strategy, Idol Group,
K-Pop, South Korean
Cultural Diplomacy*

ABSTRACT

Korean Wave is the most popular thing among Indonesian. The South Korean government also supports encouraging the development of the Korean Wave, especially K-Pop to spread a positive image of their country in Indonesia. This research aims to understand South Korean cultural diplomacy carried out by K-Pop idol groups. The research method used is a qualitative method with the concept of cultural diplomacy, specifically cultural diplomacy strategies by Patricia Goff. The results show that the implementation of South Korean cultural diplomacy in Indonesia continues consistently. The cultural ties between the two countries that have existed since 2000 are getting closer from year to year. This is also supported by the persistence of South Korean diplomats who have succeeded in fostering a sense of mutual understanding and concern in carrying out cultural diplomacy consistently. The commitment and consistency of South Korean cultural diplomacy actors can also be seen from the emergence of innovative programs, such as using K-Pop idols to promote their country's culture. Another innovation was seen when the COVID-19 pandemic hit, South Korea was able to continue carrying out its cultural diplomacy by utilizing technology to maintain and improve the country's positive image.

Kata Kunci

Diplomasi Budaya
Korea Selatan, Grup
Idola, K-pop, Strategi
Diplomasi Budaya

ABSTRAK

Korean Wave adalah hal yang paling populer di kalangan orang Indonesia. Pemerintah Korea Selatan juga mendukung untuk mendorong berkembangnya Korean Wave khususnya K-Pop untuk menyebarkan citra positif negaranya di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami diplomasi budaya Korea Selatan yang dilakukan oleh grup idola K-Pop. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan konsep diplomasi budaya, khususnya strategi diplomasi budaya oleh Patricia Goff. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia terus berjalan secara konsisten. Ikatan budaya kedua negara yang terjalin sejak tahun 2000 semakin erat dari tahun ke tahun. Hal ini juga didukung oleh kegigihan para diplomat Korea Selatan yang berhasil menumbuhkan rasa saling pengertian dan kepedulian dalam menjalankan diplomasi budaya secara konsisten. Komitmen dan konsistensi para pelaku diplomasi budaya Korea Selatan juga terlihat dari munculnya program-program inovatif, seperti memanfaatkan idola K-Pop untuk mempromosikan budaya negaranya. Inovasi lainnya terlihat saat pandemi COVID-19 melanda, Korea Selatan mampu terus menjalankan diplomasi budayanya dengan memanfaatkan teknologi untuk menjaga dan meningkatkan citra positif negaranya.

PENDAHULUAN

Diplomasi budaya dewasa ini memegang peranan penting dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri. Dalam praktiknya, hal ini tidak serta merta berfungsi sebagai alat yang bermanfaat untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya di negara lain pada bidang kebijakan budaya, namun juga dapat berkontribusi pada penciptaan kondisi yang menguntungkan bagi pencapaian yang signifikan dari tujuan kebijakan luar negeri negara di bidang lain, seperti bidang ekonomi (Gumenyuk, et al, 2021). Diplomasi budaya dapat menjadi alat yang sangat penting bagi negara di masa yang akan datang dan komponen yang lebih signifikan dari implementasi diplomasi publik. Namun, perkembangan kebudayaan tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari teknologi informasi dan media digital yang mendorong proses diplomasi budaya serta mengotomatisasi kinerja fungsi dan operasi terkait.

Terdapat keragaman dalam pendefinisian diplomasi budaya dan seringkali dapat bervariasi tergantung kepada tujuan dan kepentingan kebijakan luar negerinya serta layanan organisasi diplomatiknya. Definisi yang dikemukakan oleh Cummings ialah diplomasi budaya merupakan pertukaran ide, informasi, seni, dan kebudayaan lainnya di antara negara- negara dan masyarakatnya untuk menumbuhkan rasa pengertian dan sadar akan kebudayaan satu sama lain. Diplomasi budaya secara tersirat menggunakan seni diplomasi dalam mempromosikan budaya untuk menghasilkan potensi 'awareness' atau kesadaran yang lebih besar dari latar belakang budaya masing-masing. Kesadaran tersebut dapat menyebabkan interaksi di antara berbagai peran, baik negara maupun individu. Interaksi ini biasanya dapat diraih melalui organisasi atau serangkaian kegiatan budaya antar negara dan menggunakan kebudayaan dalam mempromosikan kepentingan suatu negara, khususnya di bidang ekonomi dan politik (Cummings, 2003). Beberapa definisi lain dari diplomasi budaya menekankan bahwa tujuan utamanya adalah mempromosikan saling pengertian antarnegara daripada mengejar kepentingan kebijakan luar negeri. Kegiatan diplomasi budaya seringkali dapat berkontribusi pada saling pengertian yang lebih baik di antara negara-negara dalam praktiknya, tetapi ini hanya sebagai sarana untuk mewujudkan tujuan akhirnya, yaitu kepentingan kebijakan luar negeri (Pajtinka, 2014).

Definisi yang serupa juga dikemukakan oleh Goff yang menganggap bahwa diplomasi budaya lahir dari dua premis yaitu hubungan yang baik datang dari rasa saling memahami dan saling menghormati dan diplomasi budaya bertumpu pada asumsi bahwa seni, bahasa, dan pendidikan merupakan pintu masuk yang signifikan ke dalam suatu budaya (Goff, 2013). Goff juga menekankan bahwa diplomasi budaya sebagai cara untuk menyebarkan 'awareness' kepada negara tujuannya dan mempelajari 'awareness' negara tujuan tersebut. Hal ini dapat menjadi kunci untuk memelihara hubungan antara negara dan memberikan kesadaran bagi warga kedua negara tersebut bahwa akan tetap ada kesamaan meskipun terjadi perbedaan dalam kebijakan resmi kedua negara. Lebih lanjut, Goff berpendapat bahwa diplomasi budaya dapat membantu dalam menjembatani antara perbedaan dan membuka jalan komunikasi baru, meskipun tidak dapat mengubah kebijakan yang telah mengakar. Tetapi diplomasi budaya dapat melunakkan, memperjelas, dan memberikan kesempatan yang lebih luas untuk relasi di bawah tanggungjawab diplomat yang andal (Goff, 2013).

Korea Selatan adalah contoh negara yang terkenal dengan kegiatan diplomasi budayanya. Taehwan (2012) menunjukkan bahwa diplomasi budaya sangat penting bagi negara yang dianggap sebagai middle power seperti Korea Selatan. Middle power disini didefinisikan dalam hal kapasitas hard power suatu negara, lokasi geopolitik yang strategis, niat kepemimpinan dan keterlibatan dalam komunitas internasional. Sebagian negara dengan kemampuan hard power yang terbatas, Korea Selatan gencar melakukan diplomasi budaya untuk memperkuat citra positifnya dan memperkaya soft power negaranya. Korea Selatan mempunyai potensi besar, mengingat kekayaan budaya dan pengetahuan yang berakar pada pengalaman politik dan pertumbuhan ekonomi (Taehwan, 2012).

Diplomasi budaya yang berhasil pun telah membantu Korea Selatan untuk bangkit dari negara yang kurang dikenal dan tidak berdaya menjadi salah satu negara yang kuat dan berpengaruh (Hjalmarsson, 2013). Korea Selatan mulai untuk merancang kebijakan luar negeri yang memungkinkannya mengambil peran yang lebih besar dalam lembaga internasional yang penting bagi tata kelola global. Selain itu, perlu diingat pula bagaimana peran aktif Korea Selatan yang terlibat dalam pengembangan pasar dunia dan memproduksi lebih dari satu produk budaya ke dunia (Pramadya & Oktaviani, 2016). Upaya Korea Selatan untuk menyebarkan citra positif melalui diplomasi budaya ini cenderung membutuhkan waktu yang panjang. Berawal dari akhir tahun 1990, Korea memulai tahap di dunia hiburannya saat serial televisi berhasil ditayangkan di beberapa negara Asia. Saat ini, Korea Selatan sangat dikenal dengan budaya ‘Hallyu’ atau ‘Korean Wave’ yang sudah menyebar di seluruh dunia. Pemerintah Korea Selatan sadar dengan keberhasilan dari Korean Wave yang telah meningkatkan reputasi baik Korea Selatan di tingkat regional. Peran pemerintah Korea Selatan turut membantu menyukseskan Korean Wave dengan menyiapkan dana yang sangat besar untuk memelihara industri hiburan dan kebudayaan negara. Dimulai dari meresmikan sebuah agensi kreatif, pembangunan gedung konser, hingga membuat kota khusus serial drama (Pramadya & Oktaviani, 2016). Kemudian, Yong Hwan (2013) menyebutkan bahwa Korean Wave memiliki efek luas di bidang pariwisata, budaya, pendidikan, hingga kesehatan negara dan dapat berfungsi sebagai katalis untuk hubungan diplomatik dan ekonomi yang lebih kuat antara negara dan seluruh dunia (Jeong-Ju, 2013).

Korean Wave lebih dikenal dengan musiknya atau yang biasa disebut dengan Korean Popular music (K-Pop). Selama dekade terakhir, K-Pop menjadi produk budaya utama Korea Selatan yang cocok untuk memenuhi permintaan industri musik baik lokal maupun global. Fenomena K-Pop ini merupakan contoh luar biasa dari revolusi yang sistematis dari produk budaya yang sebagian berkontribusi pada pembangunan citra bagi Korea Selatan (Sári, 2018). Grup idola K-Pop tersebut menjadi salah satu aktor dari diplomasi budaya untuk membangun citra positif Korea Selatan, khususnya di bidang budaya, ke mancanegara. Hadirnya perkembangan teknologi dan media digital dalam diplomasi budaya dapat menjadi peran penting karena menggunakan media yang dapat menjadi suatu instrumen efektif dalam menyebarkan citra positif suatu negara di bidang budaya melalui diplomasi budaya ke negara lain (Gurgu & Cociuban, 2016). Perkembangan dalam diplomasi budaya dengan grup idola K-Pop sebagai aktornya ini sudah dapat dirasakan bagi penggemar K-Pop di Indonesia.

KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi Budaya

Representasi sebuah negara melalui kebudayaan bukanlah fenomena baru dalam diplomasi. Istilah diplomasi budaya sudah semakin besar dalam praktik kebijakan luar negeri negara-negara. Awalnya, diplomasi budaya berperan sebagai instrumen khusus kebijakan luar negeri yang dapat dikaitkan dengan upaya suatu negara dalam menerapkan ide penggunaan budaya yang bertujuan untuk mempromosikan kebijakan luar negeri (Pajtinka, 2014). Arti diplomasi budaya tidak dapat dipahami dengan baik tanpa menjelaskan mengenai dua komponennya, yaitu budaya dan diplomasi. Budaya sering dikaitkan dengan seni, sastra, dan kebudayaan yang hanya dapat dilihat, akan tetapi, dalam konteks diplomasi budaya, arti budaya harus dilihat melalui perspektif yang lebih luas. Istilah budaya dalam diplomasi budaya dapat berupa sekumpulan khas spiritual, material, intelektual, dan emosional dari masyarakat sosial. Dalam konteks diplomasi budaya, istilah diplomasi harus dipandang sebagai instrumen pelaksanaan kebijakan luar negeri dengan cara lunak dan damai (Pajtinka, 2014).

Terdapat keragaman dalam mendefinisikan diplomasi budaya dan seringkali dapat bervariasi tergantung kepada tujuan dan kepentingan kebijakan luar negerinya serta layanan organisasi diplomatiknya. Definisi yang dikemukakan oleh Cummings ialah diplomasi budaya merupakan pertukaran ide, informasi, seni, dan kebudayaan lainnya diantara negara-negara dan masyarakatnya

untuk menumbuhkan rasa pengertian dan sadar akan kebudayaan satu sama lain. Diplomasi budaya secara tersirat menggunakan seni diplomasi dalam mempromosikan budaya untuk menghasilkan potensi 'awareness' atau kesadaran yang lebih besar dari latar belakang budaya masing-masing. Kesadaran tersebut dapat menyebabkan interaksi di antara berbagai peran, baik negara maupun individu. Interaksi ini biasanya dapat diraih melalui organisasi atau serangkaian kegiatan budaya antar negara dan menggunakan kebudayaan dalam mempromosikan kepentingan suatu negara, khususnya di bidang ekonomi dan politik (Cummings, 2003). Beberapa definisi lain dari diplomasi budaya menekankan bahwa tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan saling pengertian antar negara daripada mengejar kepentingan kebijakan luar negeri. Kegiatan diplomasi budaya seringkali dapat berkontribusi pada saling pengertian yang lebih baik di antara negara-negara dalam praktiknya, tetapi ini hanya sebagai sarana untuk mewujudkan tujuan akhirnya, yaitu kepentingan kebijakan luar negeri (Pajtinka, 2014).

Definisi serupa juga dikemukakan oleh Goff yang menganggap bahwa diplomasi budaya lahir dari dua premis yaitu hubungan yang baik datang dari rasa saling memahami dan saling menghormati dan diplomasi budaya bertumpu pada asumsi bahwa seni, bahasa, dan pendidikan merupakan pintu masuk yang signifikan ke dalam suatu budaya (Goff, 2013). Goff juga menekankan bahwa diplomasi budaya ialah cara untuk menyebarkan 'awareness' kepada negara tujuannya dan mempelajari 'awareness' negara tujuan tersebut. Hal ini dapat menjadi kunci untuk memelihara hubungan antara negara dan memberikan kesadaran bagi warga kedua negara tersebut bahwa akan tetap ada kesamaan meskipun terjadi perbedaan dalam kebijakan resmi kedua negara. Lebih lanjut, Goff berpendapat bahwa diplomasi budaya dapat membantu sebagai jembatan antara perbedaan dan membuka jalan komunikasi baru, meskipun tidak dapat mengubah kebijakan yang telah mengakar. Tetapi diplomasi budaya dapat melunakkan, memperjelas, dan memberikan kesempatan yang lebih luas untuk relasi dibawah tanggungjawab diplomat yang andal (Goff, 2013).

Diplomasi budaya sering kali dikaitkan dengan diplomasi publik. Berger (2008) mengemukakan pendapatnya mengenai perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi budaya. Berger mengatakan bahwa diplomasi publik bersifat unilateral dengan penekanan pada pemahaman kebijakan seseorang kepada pihak lain, sedangkan diplomasi budaya menggunakan pendekatan bilateral atau multilateral dengan penekanan 'mutual recognition'. Maka dari itu, diplomasi budaya secara eksplisit digunakan untuk mendengarkan (agar dapat memahami) pesan pihak lain dengan tujuan memahami perspektif mereka (Goff, 2013).

METODE RISET

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif berdasarkan pendapat dari Christopher Lamont. Lamont menyebut bahwa metode penelitian kualitatif mengacu pada teknik pengumpulan dan strategi analisis data yang mengandalkan pengumpulan data atau bukti sosial, seperti bentuk komunikasi visual, verbal, dan tekstual serta menginterpretasi fenomena atau peristiwa sosial (Lamont, 2022). Fokus dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah berupa menjelaskan mengenai diplomasi budaya Korea Selatan oleh grup idola K-Pop yang ditinjau melalui tiga strategi diplomasi budaya. Berdasarkan variasi rancangan penelitian menurut Lamont, penelitian ini menggunakan variasi rancangan penelitian interpretivisme, karena juga akan mengandalkan interaksi dari berbagai pihak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengacu pada beberapa teknik yang telah dijelaskan oleh Lamont. Maka dari itu, untuk menunjang penelitian ini, dibutuhkan teknik dalam mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan teknik wawancara dengan narasumber- narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data faktual mengenai peristiwa terkait, objek, dan mendapatkan perspektif serta opini dari narasumber yang bersangkutan. Sedangkan untuk mendapatkan

data-data sekunder, penelitian ini menggunakan teknik penelitian digital research atau penelitian berbasis digital dan internet, serta penelitian berbasis arsip dan dokumen. Sumber elektronik yang didapat umumnya melalui internet, seperti bersumber dari buku elektronik, media sosial resmi, surat kabar elektronik, serta artikel jurnal elektronik. Selain itu, data juga diperoleh berbasis dokumen atau arsip melalui buku yang didapatkan dari perpustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Indonesia

Secara khusus, diplomasi budaya tidak lepas dari inisiasi pemerintah Korea melalui sebuah perjanjian antara pemerintah Republik Indonesia dan Republik Korea yang ditandatangani pada tanggal 28 November 2000. Disahkan dengan Peraturan Presiden No. 92 Tahun 2007 Tentang Pengesahan Persetujuan Antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Republik Korea Mengenai Kerja Sama di Bidang Kebudayaan. Kesepakatan tersebut menghasilkan bahwa film dianggap sebagai pertukaran budaya antara dua negara serta tarian tradisional, pariwisata, kerajinan tangan, dan musik (Pertemuan Pertama Komite Kebudayaan RI- ROK) (Zahidi M. S., 2017). Hubungan diplomasi yang dibina oleh kedua negara ini berkembang dengan sangat baik dan mulai melebarkan kerja samanya diberbagai bidang. Penerapan kegiatan diplomasi budaya juga sangat berkembang dan beragam, sehingga melibatkan berbagai aktor, termasuk Ministry of Culture, Sport & Tourism (MCST).

Pameran budaya dimulai oleh Duta Besar Korea di Indonesia untuk mengembangkan kerjasama bilateral antara Korea dan Indonesia khususnya di bidang sosial budaya. Selain itu, pemerintah Korea mendirikan pusat kebudayaan di Jakarta, Korean Cultural Center (KCC), bertujuan untuk menginformasikan masyarakat Indonesia tentang budaya Korea. Berdirinya KCC di Jakarta bertujuan untuk meredam penyebaran Korean Wave di Indonesia. Akibatnya pada tahun 2008, budaya Korea diterima masyarakat Indonesia dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan promosi program musik dan televisi di Indonesia. KCC bertujuan untuk memberikan informasi umum dan latar belakang pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan Korea. Pada tahun 2012, anggota KCC Indonesia berjumlah 2.700 orang, angka ini menunjukkan minat masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap Korean Wave. Fenomena musik Korea di Indonesia sejak tahun 2008 menyebabkan terjadinya demam K-Pop (K-Pop Fever) (Zahidi M. S., 2017).

Mengutip pendapat mengenai definisi diplomasi budaya menurut Patricia Goff dan Milton Cummings ialah cara untuk building awareness dan understanding pada negara tujuan. Maka, ini selaras dengan hasil wawancara bersama Ardylara Mayang Purnama, Honorary Reporter Korea.net, yang mengatakan bahwa:

“Diplomasi budaya Korea Selatan sangat diterima oleh masyarakat Indonesia karena adanya suatu kesukaan dan ketertarikan yang sama, karena Korea Selatan berusaha untuk membangun dan menumbuhkan rasa understanding pada Indonesia. Di sisi lain, adanya kesamaan latar belakang budaya yang kaya dan beragam baik tradisional maupun kontemporer yang menarik perhatian masyarakat Indonesia dan dengan mudahnya menerima kebudayaan Korea Selatan. Selain itu, peran pemerintah Korea Selatan yang sangat suportif dalam mendorong penyebaran kebudayaannya sendiri.” (Data hasil wawancara Ardylara Mayang Purnama, 2023)

Lebih lanjut lagi, Mayang berpendapat bahwa meskipun dahulu kebudayaan Korea Selatan sempat tenggelam, tetapi seniman Korea Selatan sangat gigih dan berjuang untuk tetap berkarya dan memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan ke seluruh penjuru dunia. Hal ini sangat didukung penuh oleh pemerintah Korea Selatan dengan membuat program-program mutakhir dan kreatif, seperti pembentukan Badan Kebudayaan di Indonesia, membentuk komunitas (reporter, influencer, dan para remaja) di Indonesia. Para diplomat Korea Selatan juga menilai bahwa masyarakat Indonesia yang

sangat tertarik dengan Korean Wave terutama pada musik K-Pop. Sehingga peran dari grup idola K-Pop sangat didukung untuk terus berkarya dan menjadi instrument untuk menyebarkan kebudayaan Korea Selatan baik kontemporer maupun tradisional dari karya-karyanya yang digemari oleh banyak masyarakat Indonesia.

Strategi Koneksi Korea Selatan dalam Melaksanakan Diplomasi Budaya ke Indonesia

Korea Selatan menjalin hubungan dengan Indonesia secara diplomatik. Hubungan bilateral antara Korea Selatan dengan Indonesia sudah dibangun sejak lama, meskipun awalnya hubungan antara kedua negara ini belum seluas seperti sekarang ini. Kedua negara memiliki beberapa kesamaan, yaitu tergabung sebagai anggota G20 dan APEC, dan juga memiliki visi, nilai, dan tujuan untuk berkontribusi kepada masyarakat internasional sebagai kekuatan menengah yang sama. Selain itu, pemerintah Republik Korea membentuk komite umum “Institutional and Legal Framework Republic of Korea” untuk memperkuat kerja sama dan hubungan bilateral di bidang kebudayaan. Perjanjian tersebut sebagai gambaran bahwa Korea Selatan telah menjalin kerja sama dengan 80 negara di dunia pada bidang kebudayaan. Indonesia merupakan salah satu negara yang bekerjasama dengan Korea Selatan, tidak hanya pada aspek ekonomi dan politik, tetapi juga pada sosial budaya. Kebudayaan dua negara tersebut tidak bertolak belakang dan terdapat hal-hal positif yang bisa diterima oleh masing-masing negara, sehingga hubungan diplomasi antara Korea Selatan dan Indonesia yang selama ini terjalin, berjalan dengan sangat baik dan tidak banyak mengalami masalah atau kendala yang dapat mengganggu hubungan antara kedua negara (Lamatenggo & Utomo, 2022).

Masuknya budaya populer seperti K-Pop ke Indonesia menjadi sarana komunikasi melalui media-media yang dapat memberikan pengaruh positif dalam kerja sama bisnis kedua negara. Budaya K-Pop dianggap sebagai hal yang sangat mendorong peningkatan hubungan antara Korea Selatan dan Indonesia, karena adanya awareness yang telah dibangun. Dalam sektor perdagangan dan ekonomi kedua negara, peran budaya pun tetap dibutuhkan untuk menjadi sarana komunikasi yang efektif. Hal ini selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Patricia Goff, yaitu diplomasi budaya dapat membantu sebagai jembatan antara perbedaan dan membuka jalan komunikasi baru.

Korea Selatan menggunakan diplomasi budaya sebagai salah satu cara untuk menyebarkan pengaruh budaya dan kebutuhan pasar di Indonesia. Korean Wave digunakan sebagai salah satu instrumen dalam melakukan diplomasi budaya oleh Korea Selatan dan berhasil memberikan dampak positif pada bidang ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Masyarakat Indonesia sangat menyukai selebriti Korea dan musiknya, sehingga pemerintah Korea Selatan bekerja sama dengan perusahaan Korea menggunakan strategi selebriti K-Pop sebagai ikon promosi budaya Korean Wave dan produk Korea seperti Samsung, LG, Hyundai, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan mengingat masyarakat Indonesia yang konsumtif dan demam budaya Korea. Tak hanya itu, makanan Korea juga tersebar di Indonesia. Hubungan politik yang baik antar negara dengan sendirinya akan membawa kerjasama di bidang lain akan hangus. Karena minat masyarakat Indonesia terhadap K-Pop, industri musik di Indonesia mulai mengubah pola musiknya dengan mengikuti gaya musik Korea (Mangku & Larasari, 2022).

Hubungan atau koneksi dalam diplomasi budaya tidak hanya sebatas government-to-government relationship, dan menurut Goff, ada istilah network diplomacy yang bersifat lebih fleksibel dan lebih mengarah pada people-to-people diplomacy. Peran dari aktor negara didukung oleh aktor-aktor non negara, seperti pihak industri hiburan swasta dan juga pihak individu-individu lainnya. Contohnya ialah SM Entertainment yang merupakan perusahaan hiburan pertama dan terbesar di Korea Selatan dan merupakan contoh industri yang sukses di sektor hiburan. SM menaungi beberapa grup idola K-Pop yang digemari oleh masyarakat global, khususnya Indonesia, seperti Super Junior, NCT, Aespa, Red Velvet, dan masih banyak lagi. SM Entertainment juga turut melebarkan sayapnya untuk menjadi

investor di Indonesia, khususnya di sektor industri kreatif dan memperluas bisnisnya. Buktinya adalah kerjasama antara SM Entertainment dan PT Trans Media dalam kerjasama manajemen talenta, produksi konten, digital, dan gaya hiburan. Kolaborasi ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan budaya K-Pop yang mendunia, Hallyu, dan dapat menghasilkan devisa ekspor yang besar bagi Korea Selatan. Oleh karena itu, kerja sama Trans Media dengan SM Entertainment membuktikan keunggulan SM Entertainment dalam konteks Hallyu, dan diyakini dapat menjadi mitra dalam berbagai bidang untuk pengembangan budaya seperti tersebut di atas. Memang TransMedia berharap melalui kerjasama ini, SM Entertainment sebagai pionir Korean Wave dan dengan pengalaman kelas dunia dapat berbagi pengalaman dalam mengimplementasikan manajemennya (Fazry, Situmeang, & Astuti, 2022).

Dari tahun ke tahun, K-Pop berkembang pesat di Indonesia disertai dengan citra yang baik sehingga membentuk persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan. Citra positif ini mempengaruhi kebijakan luar negeri Indonesia terhadap Korea Selatan, misalnya memperkuat hubungan bilateral di bidang politik, ekonomi, dan sosial budaya. Masih dalam rangka 50 tahun hubungan diplomatik Indonesia dengan Korea Selatan, pada tanggal 10 April 2023, telah berlangsung acara penetapan salah satu grup idola K-Pop Super Junior, Choi Siwon, sebagai “Duta Promosi Korea Selatan untuk Indonesia”. Di waktu yang sama, Duta Besar Gandi Sulistyanto memperkenalkan Dita Karang yang merupakan idol grup K-Pop Secret Number asal Indonesia sebagai juru bicara dari sisi Indonesia dalam acara tersebut (KBRI Seoul, 2023).

Gambar 1. Penetapan Choi Siwon sebagai Duta Promosi Hubungan Diplomatik Korea Selatan dan Indonesia



Sumber: <https://kemlu.go.id>

Dalam strategi koneksi dari Goff, dapat dianalisis bahwa diplomat Korea mengenal sumber daya dari home country dan dapat memahami sumber daya yang terdapat pada host country, yaitu Indonesia. Salah satu hal yang menonjol dari Korea Selatan adalah Korean Wave dan musik K-Popnya, sedangkan di Indonesia, Korean Wave sangat diminati oleh masyarakat. Maka dari itu, peran grup idola K-pop dalam melakukan diplomasi budaya Korea Selatan semangat jelas dengan cara pendekatan yang tidak hanya sekadar government-to- government atau business-to-business tetapi juga government-to-people dan people-to- people.

Strategi Konsistensi Korea Selatan dalam Melaksanakan Diplomasi Budaya ke Indonesia

Goff memiliki pendapatnya sendiri mengenai definisi dari konsistensi sebagai salah satu strategi diplomasi budaya. Beliau berpendapat, bahwa komitmen dari para aktor diplomasi juga dibutuhkan untuk dalam praktek diplomasi budaya yang dilakukan secara konsisten. Hal ini ditujukan untuk mendorong pelaksanaan diplomasi budaya agar selalu dapat berjalan secara efektif dan dapat mencapai hasil yang maksimal. Ketika orang-orang dihadapkan dengan citra, kebijakan, dan kesan negatif, disinilah peran dari diplomasi budaya yang dapat membawa citra yang lebih positif dan simpatik.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Purnama, Honorary Reporter Korea.net, yang berpendapat:

“Sangat sulit untuk membayangkan atau hanya berandai-andai apalagi suatu konflik terjadi pada hubungan Korea Selatan dan Indonesia. Karena hubungan kedua negara sejak dahulu selalu baik, bahkan semakin erat dan meningkat setiap tahunnya. Tahun ini baru saja memperingati 50 tahun hubungan diplomatik persahabatan antara kedua negara dan diberlakukannya perjanjian IK-CEPA pada tahun ini. Banyak progress baik yang dijalan oleh Korea Selatan dan Indonesia. Tetapi, apabila terjadi suatu hambatan dikemudian hari, sudah dapat dipastikan itu tidak akan menghambat diplomasi budayanya dan tidak akan berpengaruh pada sektor kebudayaan. Mengingat Indonesia sendiri adalah negara demokrasi, yang mana tidak ada batasan untuk bersuara, berpendapat, atau bahkan menyukai sesuatu. Mungkin hanya akan terganggu pada sektor politik, ekonomi, dan lain sebagainya tapi tidak dengan sektor budaya” (Purnama, 2023).

Pada umumnya, ketegangan antara kedua negara dapat terjadi pada aspek politik dan ekonomi, tetapi sangat jarang pada bidang kebudayaan. Dimana aktor-aktor diplomasi budaya Korea Selatan ke Indonesia ini tidak hanya sebatas pada pemerintah atau aktor negara saja, tetapi sudah banyak aktor non negara yang turut andil dalam upaya diplomasi budaya ini. Salah satunya adalah peran Korean Wave yang membawa grup idola K-Pop dan pihak swasta menjadi aktor diplomasi budaya tersebut. Sehingga, apabila terjadi ketegangan diantara kedua negara tersebut, pelaku diplomasi budaya akan terus melaksanakan tugasnya tanpa terpengaruh langsung dari ketegangan atau krisis yang tengah melanda.

Pengenalan budaya Korea Selatan di Indonesia dapat berkembang seperti sekarang ini dengan dukungan dari media sosial dapat menarik minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan. Ada beberapa aspek dalam perkembangan pengenalan budaya K-pop di Indonesia antara lain, yaitu adanya feedback bagi setiap orang yang memiliki minat yang sama sehingga akan terhubung dengan komunikasi (tatanan sosial). Lalu, adanya kebebasan dalam mengakses teknologi memudahkan berbagi dan menerima sumber informasi. Hal ini tercermin dari penerapan fitur hashtag di beberapa media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook yang secara signifikan akan memudahkan berbagi dan mencari informasi tentang segala hal tentang musik K-pop. Akun Instagram resmi pemerintah Korea Selatan, agensi yang membagikan berbagai aktivitas musik K-Pop melalui siaran langsung yang bisa ditonton masyarakat Indonesia juga memiliki peranan dengan adanya media sosial ini. Selanjutnya adalah peran komunitas pecinta K-Pop yang terhubung dalam satu platform online menggunakan media sosial sebagai media komunikasi untuk mengupdate perkembangan budaya populer K-pop. Tidak lupa peran artis K-pop itu sendiri yang dapat memengaruhi penggemarnya dengan memperkenalkan budaya Korea Selatan (Gustam, 2015).

Melalui strategi diplomasi budaya consistency ini dapat dianalisis bahwa kedua negara tersebut saling memegang komitmen dan konsistensi dari tahun ketahun untuk tetap menjaga citra positifnya dan menjaga hubungan baik antara kedua negara yang sangat jarang terjadi perselisihan atau konflik. Bukti dari pendapat Patricia Goff mengenai strategi konsistensi ini adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Clara dari hasil wawancara, yaitu apabila Korea Selatan dan Indonesia mengalami suatu konflik, diplomasi budaya akan terus berjalan dan kebanyakan penggemar K-Pop sepertinya akan tetap menyukai budaya-budaya yang telah disebarkan di Indonesia dalam beberapa tahun ini.

Strategi Inovasi Korea Selatan dalam Melaksanakan Diplomasi Budaya ke Indonesia

Strategi diplomasi budaya ketiga yang telah dirumuskan oleh Patricia Goff adalah inovasi (innovation). Ada pun salah satu bentuk jalannya strategi diplomasi budaya inovasi ini adalah timbulnya peran aktor non negara dalam melaksanakan diplomasi budaya. Pada penelitian ini, aktor non negara yang berperan adalah pihak industri hiburan Korea Selatan, khususnya grup idola K-Pop. Menurut Goff, negara yang

unggul dalam ekspor produk budaya populernya adalah Jepang yang terkenal dengan anime dan manganya (Goff, 2013).

Dalam menjalankan program diplomasi budayanya, Korea Selatan mengikuti jejak Jepang yang telah dianggap berhasil dalam diplomasi budayanya dengan mendistribusikan budaya populernya. Bila Jepang terkenal dengan anime, lain halnya dengan Korea Selatan yang menggunakan Korean Wave sebagai instrumen diplomasi budayanya yang dibawa juga oleh grup idola K-Pop dengan bentuk album musik atau lagu, penyelenggaraan konser musik, dan lain sebagainya. Melalui budaya populer, Korea Selatan mampu memperluas penyebaran budayanya ke publik di suatu negara tujuannya dan membuat akses yang lebih mudah agar khalayak dapat mengenal produk budayanya dengan baik. Dapat dianalisis bahwa Korea Selatan melakukan inovasi dengan menggunakan instrumen budaya populernya yaitu Korean Wave dalam melaksanakan diplomasi budayanya ke tiap negara, khususnya Indonesia.

Inovasi-inovasi lainnya terus bermunculan saat pandemi Covid-19 melanda dunia, dimana pembatasan sosial dan lockdown diberlakukan di berbagai dunia termasuk Korea Selatan dan Indonesia. Kegiatan yang biasa dilakukan oleh para grup idola K-Pop terpaksa harus diberhentikan sementara waktu dan tidak sedikit yang dibatalkan atau ditunda, seperti perjalanan ke luar negeri, pelaksanaan konser, dan fans meeting atau fans signing. Tetapi, dengan adanya pandemi Covid-19, tidak membendung lonjakan akan demand dari para penggemar K-Pop, maka dari itu dibutuhkan inovasi yang mutakhir untuk mengupayakan tetapnya keberlangsungan popularitas Korean Wave selama masa pandemi. Peran pemerintah Korea Selatan dan pihak industri hiburan serta grup idola K-Pop tidak berhenti, melainkan lebih gencar mencari cara agar terus eksis dan tidak putus koneksi dengan para penggemar dan penikmat Korean Wave di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Inovasi ini didukung dengan teknologi mutakhir, Korea Selatan perlahan melangkah lebih maju ke dunia 'Metaverse'.

Berdasarkan konsep network diplomacy dari Goff, yaitu diplomasi budaya bersifat lebih fleksibel dengan pendekatan people-to-people, sebagai public figure, para grup idola K-Pop yang mengharuskan untuk menjaga interaksi dengan para penggemarnya. Meskipun dengan adanya dampak dari pandemi Covid-19, para pihak industri hiburan dan para artisnya melakukan banyak inovasi untuk menjaga interaksi dan menjaga eksistensinya sebagai idola K-Pop. Sebagai contohnya adalah girl group Blackpink melakukan inovasi dalam bekerjasama dengan game online PUBG Mobile untuk mengadakan konser virtual pertamanya pada tanggal 30-31 Juli 2022 yang dapat dilihat oleh penggemarnya di seluruh dunia, termasuk Indonesia (CNBC Indonesia, 2022).

Gambar 2. Poster Konser Virtual BLACKPINK



Sumber: lombok.tribunnews.com, 2022

Selain itu, program tahunan yang selalu diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia yang bekerjasama dengan Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) yang berjudul 'K-Festival' biasanya diadakan secara luring, namun dengan adanya peraturan pembatasan sosial karena Covid -19, pihak penyelenggara mengadakan K-Festival secara daring untuk yang pertama kalinya. Pada acara K-Festival ini akan diperkenalkan kebudayaan Korea Selatan yang sangat

beragam dan menghadirkan banyak hiburan untuk penikmat budaya Korea di Indonesia, mulai dari musik, makanan, fashion, dan film (Yusron, 2020). Hal ini juga dapat membuktikan adanya penggunaan strategi diplomasi budaya poin consistency dan innovation yang dilakukan oleh pemerintah Korea untuk tetap melaksanakan diplomasi budayanya ke Indonesia. Adanya peran teknologi, para penikmat budaya Korea di Indonesia tetap bisa melihat festival meskipun secara daring dari rumah masing-masing, dan pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan juga masih bisa tetap terlaksana tanpa terputus dengan adanya pandemi Covid-19. Sehingga citra positif yang diupayakan untuk diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia pun masih tetap terjaga dengan komitmen dan disiplin sebagai value atau nilai budaya yang sangat dijunjung tinggi oleh para masyarakat Korea Selatan.

Gambar 2. Poster Korea Festival 2020



Sumber: hot.detik.com, 2020

Melalui inovasi-inovasi tersebut, dapat dianalisis bahwa strategi diplomasi budaya innovation ini dipergunakan oleh Korea Selatan sebagai negara yang terbuka dengan adanya pengaruh globalisasi dan perkembangan teknologi dalam terus menjalankan program diplomasi budaya mereka. Hal ini juga membuktikan bahwa diplomasi budaya bersifat fleksibel dalam mengikuti perkembangan zaman dan juga menyesuaikan ketertarikan antara home country dan host country. Inovasi ini sangat diperlukan dalam pelaksanaan diplomasi budaya agar tetap berjalan meskipun adanya hambatan atau pun konflik yang melanda demi tetap terciptanya awareness dan citra positif dari negara asal (home country) kepada negara tujuannya (host country).

Penerimaan Publik Indonesia

Dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan di Indonesia, artis K-Pop berperan penting dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui musik mereka. Secara tidak langsung, artis K-pop menjadi aktor diplomasi budaya Korea Selatan dalam peredarannya di Indonesia. Artis K-pop yang telah menjadi artis internasional dapat dengan mudah mempengaruhi dan menarik masyarakat dunia, khususnya Indonesia, dalam mempromosikan budaya Korea Selatan, yang tidak lain adalah memperkenalkan bahasa Korea Selatan melalui lagu-lagu mereka. Sehingga, banyak orang Indonesia yang tertarik mempelajari bahasa Korea Selatan. Dalam membentuk citra positif akan sangat mudah bagi Korea Selatan. Selain bahasa Korea Selatan, fashion yang digunakan para artis K-pop begitu inovatif dan beragam, serta unik, menjadi trend fashion baru dan digemari oleh para penggemar. Selain itu, para artis ini dapat mempengaruhi penggemarnya untuk dengan mudah mempromosikan produk

Korea Selatan yang dapat meningkatkan penjualan dan perekonomian Korea Selatan. Sekaligus dapat mempromosikan dan memperkenalkan pariwisata Korea Selatan dengan membuat video klip di kawasan wisata Korea Selatan dan mengadakan acara musik K-Pop yang dapat menarik wisatawan mancanegara ke Korea Selatan.

Selain itu, sebagai instrumen untuk membantu pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan dalam memperkenalkan dan menyebarkan kebudayaannya kepada negara-negara tujuannya, para grup idola K-Pop juga menyisipkan kebudayaan Korea Selatan yang beragam pada karya-karya mereka. Sebagai contoh adalah memakai pakaian tradisional Korea Selatan (hanbok) pada music video yang mereka release, menggunakan folk music dalam aransemen lagu yang juga dipadukan dengan instrumen tradisional Korea dalam genre musik mereka dari pop hingga hip-hop. Salah satu K-Pop idol yang menyisipkan budaya tradisional Korea Selatan ke dalam karya-nya adalah BTS. Pada lagu yang berjudul 'IDOL', BTS menggunakan ritme yang ditemukan di pansori, gaya bercerita tradisional Korea yang diiringi musik dengan drum. "IDOL" juga mencakup instrumen Korea seperti kkwaenggwari (gong kuning), gagung (tanduk busur), dan janggu (drum tradisional), dan grup tersebut menggunakan frasa "eolssu," seruan penyemangat yang secara tradisional digunakan dalam bahasa Korea. Selain itu, koreografi mereka berasal dari tarian rakyat pungmul, dan MV penuh dengan referensi budaya, dari arsitektur tradisional hingga pakaian ramping yang terinspirasi dari hanbok para anggota (Hgordon, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang penggemar K-Pop asal Indonesia dan anggota dari program Sahabat Korea, Clara, terungkap bahwa ketertarikannya terhadap budaya Korea Selatan berawal dari ketertarikannya terhadap Korean Wave, terutama K-Pop. Beliau pun mengungkapkan bahwa upaya diplomasi budaya Korea Selatan cukup berpengaruh terhadap masyarakat Indonesia yang mulai tertarik untuk mengenal jauh budaya Korea Selatan dan juga mempelajari bahasa Korea. Mengutip dari artikel berita yang dilansir dari suara.com dan juga dari pers Duolingo, pada tahun 2022, Bahasa Korea merupakan bahasa asing yang paling diminati. Alasan dari meledaknya peminat dalam belajar Bahasa Korea karena maraknya fenomena Korean Wave di Indonesia (Rossa, 2022). Clara juga menyebutkan bahwa alasan ia mendaftar pada program Sahabat Korea dan belajar bahasa Korea adalah karena ia ingin memahami makna dari lirik lagu yang dibawakan oleh grup idola K-Pop kesukaannya.

Lebih lanjut, Clara berpendapat bahwa pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia sangat membawa pengaruh yang besar bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi kaum pemuda dan pemudinya. Tak sedikit yang termotivasi dengan adanya fenomena K-Pop, lebih lagi disaat berhasilnya Dita Karang, pemuda yang berasal dari Indonesia, yang menjadi seorang idola K-Pop di Korea Selatan dengan grup Bernama 'Secret Number'. Fenomena K-Pop semakin meledak dengan adanya kabar seperti itu, tak jarang Dita Karang menjadi perwakilan Indonesia pada acara formal antara dua negara seperti saat penobatan Choi Siwon sebagai Duta Promosi Persahabatan Diplomasi 50 tahun Korea Selatan dan Indonesia.

Mengutip dari hasil wawancara dengan Mayang yang berpendapat mengenai penggunaan grup idola K-Pop sebagai instrumen diplomasi budaya Korea Selatan merupakan langkah cerdas dan efektif terhadap masyarakat Indonesia. Beliau berpendapat bahwa diplomat Korea Selatan berhasil mengerti apa yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia dan ketertarikannya pada K-Pop yang sangat besar. Selain itu, idola K-Pop juga membawa value budaya Korea Selatan yang bisa dijadikan contoh baik terhadap masyarakat Indonesia, seperti membawa citra positif Korea Selatan yang dikenal sebagai negara yang disiplin, kreatif, dan *hardworking*.

Hal tersebut dapat dilihat dari proses yang telah dilewati oleh para grup idola K-Pop sebelum mereka debut menjadi idola K-Pop. Banyak tahapan seleksi atau audisi yang harus dilewati untuk diterima oleh sebuah agency hiburan di Korea Selatan. Setelahnya, akan ada proses training yang membutuhkan waktu yang cukup lama. Sistem training ini pun bervariasi, para idola K-Pop harus mengikuti pelatihan menari, menyanyi, akting, media *public speaking*, belajar bahasa asing, dan juga

kelas kepribadian (Lee, 2021). Sehingga citra sebagai negara yang disiplin dan gigih sangat erat pada Korea Selatan, baik dari pemerintahnya maupun idola grup K- Popnya.

KESIMPULAN

Sebagai negara dengan jumlah populasi atau sumber daya manusia yang besar di Asia Tenggara, Indonesia merupakan salah satu negara yang paling berpotensi bagi Korea Selatan untuk melakukan kerjasama dalam berbagai sektor, salah satunya ialah pada bidang kebudayaan. Para diplomat Korea Selatan telah memahami ketertarikan masyarakat Indonesia pada Korean Wave dan K-Pop yang sangat tinggi. Maka, dalam melakukan strategi koneksi, Korea Selatan berusaha untuk mempererat hubungan diplomatiknya dengan Indonesia dan salah satu caranya ialah melalui diplomasi budaya. Kerjasama antara Korea Selatan dengan Indonesia dimulai dengan adanya Joint Cultural Commission pada tahun 2006 dan semakin berlanjut hingga dibuatnya badan kebudayaan di Indonesia. Selain government- to-government, diplomasi budaya yang pada dasarnya bersifat fleksibel, Korea Selatan menggunakan juga network diplomacy dimana lebih condong ke arah people-to-people dan menggunakan grup idola K-Pop untuk menyebarkan citra positif negaranya dan menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk lebih tertarik lagi terhadap kebudayaan Korea Selatan.

Hubungan kedua negara tersebut terjalin dengan baik dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sangat jarang terjadinya konflik atau pun ketegangan diantara kedua negara. Hal ini dikarenakan Korea Selatan secara konsisten menjaga komitmennya dalam menyebarkan citra positif negaranya ke Indonesia dan cara yang lebih digemari dan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia sendiri adalah melalui grup idola K- Pop. Meskipun pada tahun 2020 dilanda pandemi Covid -19, keseriusan Korea Selatan dalam melakukan diplomasi budayanya dapat dinilai dari inovasi-inovasi yang dilakukan, seperti mengubah acara dan program menjadi sistem daring dengan bantuan teknologi. Ini pun dilakukan oleh pada grup idola K-Pop agar terus menjaga interaksinya dengan para penggemar di Indonesia. Inovasi lainnya adalah menetapkan salah satu idola K-Pop yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, yaitu Choi Siwon, idola K-Pop dari grup Super Junior, sebagai duta promosi hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Indonesia.

Mengacu pada tujuan penelitian ini, Pemerintah Korea Selatan melalui grup idola K-Pop merupakan aktor diplomasi budaya Korea Selatan yang menggunakan tiga strategi diplomasi budaya menurut Patricia Goff yaitu koneksi, konsistensi, dan inovasi. Ketiga strategi tersebut dilakukan untuk building awareness dan understanding kepada negara tujuannya, yaitu pada penelitian ini adalah Indonesia. Berdasarkan setiap definisi dari ketiga diplomasi budaya menurut Patricia Goff, Korea Selatan melakukan ketiga strategi tersebut yang saling berhubungan satu sama lain sebagai upayanya melaksanakan diplomasi budaya ke Indonesia dan terus meningkatkan hubungan diplomatik yang selama ini telah dijalin secara baik. Sehingga tujuan dari penelitian ini dapat disimpulkan sudah tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (2022, Juli 28). Jangan Ketinggalan! Cara Nonton Konser BLACKPINK Lewat PUBG. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220728134723-33-359336/jangan-ketinggalan-cara-nonton-konser-blackpink-lewat-pubg>
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington D.C: Centre for Arts and Culture.
- Fazry, M. M., Situmeang, N., & Astuti, W. R. (2022). Case Study of South Korean Cultural Diplomacy Towards Indonesia: SM Entertainment as Non-State Actor in Promoting K- Pop Culture in Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 4374-4386.
- Goff, P. M. (2013). *Cultural Diplomacy*. In *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (pp. 1-19). Oxford Handbooks Online.

- Gumenyuk, T., Frotveit, M., Bondar, I., Horban, Y., & Karakoz, O. (2021). Cultural Diplomacy in Modern International Relations: The Influence of Digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(7), 1549-1560. doi: E-ISSN: 1817-3195
- Gurgu, E., & Cociuban, A. (2016, September). New Public Diplomacy and its Effects on International Level. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 5(3), 46-54. doi:DOI:10.26458/jedep.v5i3.506
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224- 242.
- Hgordon. (2019, December 7). 12 K-Pop Songs That Incorporate Elements Of Traditional Korean Culture. Retrieved from Soompi: <https://www.soompi.com/article/1367060w pp/12-kpop-songs-that-incorporate-elements-of-traditional-korean-culture>
- Hjalmarsson, D. A. (2013). South Korea's Public Diplomacy: A Cultural Approach. *Södertörn University*, 1-45.
- Jeong-Ju, N. (2013, February 6). Eximbank to finance 'hallyu' businesses. Retrieved from The Korean Times: http://koreatimes.co.kr/www/news/biz/2013/02/602_130133.html.
- KBRI Seoul. (2023, April 11). Dubes RI Seoul Hadiri Acara Penetapan Choi Siwon sebagai Duta Promosi Korea Selatan untuk Memperingati 50 Tahun Hubungan Persahabatan Indonesia-Korea Selatan. Retrieved from Kementerian Luar Negeri RI: <https://kemlu.go.id/portal/id./read/4612/berita/dubes-ri-seoul-hadiri-acara-penetapan-choi-siwon-sebagai-duta-promosi-korea-selatan-untuk-memperingati-50-tahun-hubungan-persahabatan-indonesia-korea-selatan>.
- Lamatenggo, S. S., & Utomo, A. B. (2022). Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui King Sejong Institute Foundation (Ksif) Di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1298-1310.
- Lamont, C. (2022). *Research Methods in International Relations* (2nd ed.). SAGE Publications Limited.
- Lee, J. (2021). The Process Of Becoming A K-Pop Idol. Retrieved from creatrip: <https://www.creatrip.com/en/blog/11280>
- Mangku, D. G., & Larasari, N. N. (2022). Korean Wave's Role in Strengthening South Korea- Indonesia Diplomatic Relations. *Jurnal Komunkasi Hukum*, 8(2), 56-66.
- Pajtinka, E. (2014). Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. *Politické vedy*, 95- 108.
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016, June). "Hallyu" (Korean Wave) as Part of South Korea's Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. *Dinamika Global*, 1(1), 87-116.
- Rossa, V. (2022, Maret 17). Belajar Bahasa Asing, Bahasa Korea Jadi yang Paling Diminati Masyarakat Indonesia. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/pressrelease/2022/03/17/113019/belajar-bahasa-asing-bahasa-korea-jadi-yang-paling-diminati-masyarakat-indonesia>
- Sári, D. (2018). The Rise of Hallyu in Hungary: An Exploratory Study About The Motivation, Behavior, and Perception of Hungarian K-Pop Fans. *Széchenyi István University*. doi:10.13140/RG.2.2.26080.30728
- Taehwan, K. (2012). Paradigm Shift in Diplomacy: A Conceptual Model for Korea's "New Public Diplomacy". *The Institute of Korean Studies*, 43(3), 527-555.
- Yusron, A. A. (2020, Oktober 6). K-Festival 2020 Digelar Online, Ini Jadwal Lengkapnya! Retrieved from Detik: <https://hot.detik.com/kpop/d-5200960/k-festival-2020-digelar-online-ini-jadwal-lengkapnya>
- Zahidi, M. S. (2017). 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*, 2(3), 138-151.

BIOGRAFI

Annisa Rahmadhani Angesti mahasiswa Angkatan 2019 di Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran. Annisa memiliki ketertarikan (*area of interest*) pada diplomasi budaya dan hubungan internasional Asia-Pasifik.

Chandra Purnama, pengajar pada departemen Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran dengan fokus studi pada diplomasi dan kebijakan luar negeri.

Nama lengkap **Penulis Ketiga** dan profil singkat. Ketertarikan (*area of interest*) dalam studi Hubungan Internasional.