

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara di Asia Tenggara yang terletak di antara benua Asia dan Australia. Negara ini dilalui oleh garis khatulistiwa dengan penduduk berjumlah sekitar 256 juta orang dan luas wilayah kira-kira 1.910.931 km². Indonesia memiliki jumlah penduduk terbesar keempat setelah Cina, India, dan Amerika. Negara ini dijuluki sebagai negara kepulauan karena terdiri dari banyak pulau, yakni kurang lebih terdapat 17.500 pulau. Lima pulau-pulau besar yang dimilikinya bernama Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Irian Jaya. Memiliki lebih dari 300 suku bangsa (mayoritas suku Jawa dan Sunda), lebih dari 700 bahasa daerah, dengan 90 persen penduduknya yang menganut agama Islam. Indonesia hanya memiliki dua musim, yakni musim kemarau dan musim hujan. Kebanyakan penduduk bermata pencaharian sebagai pedagang dan petani serta menjadikan nasi sebagai makanan pokoknya (Anonim, Sekilas tentang Indonesia, 2016).

Sebelum tahun 1970an, Indonesia bukanlah negara yang memiliki hubungan dengan Korea Selatan. Kesamaan antara keduanya hanyalah letak geografis negara yang sama-sama berada di kawasan Asia dan merupakan negara yang memiliki penderitaan yang sama, yakni korban dari kekejaman penjajah Jepang. Walaupun Korea Selatan mengalami penjajahan Jepang lebih lama yaitu dari tahun 1910 sampai 1945, sedangkan Indonesia dari 1942-1945. Namun keduanya memiliki sejarah kelam yang memilukan.

Kemudian, setelah mereka sama-sama merdeka di tahun 1945, masing-masing negara baik Indonesia maupun Korea Selatan saling

menata negara agar bisa segera tumbuh dan bangkit dari keterpurukan. Sampai akhirnya terjalinlah hubungan diantara mereka diawali dengan hubungan konsuler pada tahun 1966 dengan didirikannya Konsulat Jenderal di Seoul. Sedangkan untuk hubungan diplomatik baru terwujud pada tanggal 18 September 1973 (Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia).

Sejak menjalin hubungan diplomatik, berikutnya hanya berkisar dengan program kenegaraan untuk saling kunjung. Pada Juli 1981 Presiden Chun Doo Hwan mengunjungi Indonesia, dan di tahun berikutnya mendapat kunjungan balasan tepatnya pada bulan Oktober oleh Presiden Soeharto. Tahun 1988 di bulan November Presiden Roh Tae Woo mengunjungi Indonesia, lalu enam tahun berikutnya di bulan yang sama Presiden Kim Young Sam juga mengunjungi Indonesia.

Pada awalnya hubungan kedua negara hanya berkembang di area perdagangan. Namun sekarang, kerjasama keduanya sudah berkembang ke berbagai proyek raksasa dan industri canggih. Korea Selatan pun dikenal sebagai negara yang biasa-biasa saja, sama dengan negara-negara Asia lainnya yang memiliki penduduk dengan bermacam agama serta budaya yang dimilikinya. Namun, di tahun 1997-1998 ketika krisis keuangan melanda negara-negara di Asia, termasuk juga Indonesia dan Korea Selatan terkena dampak cukup parah. Namun Indonesia terkena efek tidak terlalu parah dibanding Korea Selatan. Sadar bahwa mereka harus cepat bangkit, mereka pun segera menyelamatkan negara mereka dari krisis dengan cara meminjam dana ke IMF.

Indonesia cukup puas dengan usahanya menyelesaikan krisis dan cukup cepat untuk bangkit. Hampir dua tahun kemudian, tepatnya tahun 1999, ekonomi Indonesia pun mulai stabil. Tak sama dengan Indonesia, Korea justru tidak puas hanya sampai menyelesaikan krisis, namun

mereka malah berpikir keras bagaimana caranya untuk membangkitkan perekonomian mereka dengan cepat. Kemudian mereka melihat bahwa peran budaya (pariwisata) bagi perekonomian sangat penting. Karena itu diadakanlah reformasi kebijakan pariwisata nasional yang dimulai dengan perubahan nama dari *the Ministry Responsible for Tourism* berubah menjadi *the Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST)*. Dalam perjalanan reformasinya juga diluncurkan beberapa program budaya seperti *the Tourism Vision 21 (1999-2003)* dan *the second Tourism Development Plan (2002-2011)* (National Tourism Policy Review Republic of Korea, 2002).

Tak hanya membentuk *Ministry of Culture, Sport and Tourism (MCST)*, namun pemerintah Korea juga mendirikan *Korean Culture and Information Service (KOCIS)*, *Korea Tourism Organization (KTO)*, *Korea Creative Content Agency (KOCCA)*, *Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE)*, dan *Korean Film Biz Zone (KoBiz)*, yang kesemuanya itu berkontribusi dalam bidang budaya Korea Selatan.

Usaha pemerintah Korea pun membuahkan hasil. Pada tahun 1999, film berjudul *Shiri* menjadi film pertama buatan Korea yang berhasil masuk ke *box office* mengalahkan film-film *Hollywood*. Walaupun film mereka sempat kalah saing dengan film-film *Hollywood* dari tahun 1987 sampai 1994, namun upaya maksimal mereka akhirnya berhasil di tahun 1999 (Soe, 2004). Keberhasilan itulah yang menjadi gerbang munculnya *k-pop* dan gelombang Korea lainnya masuk ke negara-negara lain, tak terkecuali juga Indonesia.

Di tahun 2000, Korea Selatan kembali memproduksi tayangan untuk masyarakat, kali ini bukan film melainkan drama. Drama tersebut berjudul *Autumn in My Heart* dan *Winter Sonata*. Namun drama tersebut

belum menjadi apa-apa pada tahun tersebut. Sampai akhirnya ketika berlangsungnya Piala Dunia FIFA 2002, Indonesia menjadi lebih mengenal nama Korea Selatan. Piala Dunia ini pertama kalinya dilaksanakan di luar Benua Amerika dan Eropa, melainkan di dua negara, yaitu Jepang dan Korea Selatan. Mulai saat itulah nama Korea Selatan mulai bergaung di dunia internasional termasuk juga Indonesia.

Dikenalnya Korea Selatan oleh Indonesia membuat dua drama Korea yang diproduksi di tahun 2000 mulai diminati hak siarnya oleh stasiun TV di Indonesia. Apalagi harga yang ditawarkan lebih murah daripada harga dari serial Jepang dan Hongkong. Tepatnya pada tahun 2002, dua serial Korea tersebut diputar di Indonesia, bahkan untuk *Autumn in My Heart* tidak hanya sekali pemutaran, karena banyak masyarakat Indonesia yang menyukai serial tersebut.

Soundtrack (OST) musik yang menjadi *background* dari kedua drama tersebut pun berhasil masuk sebagai musik yang banyak didengar oleh para penggemar-penggemarnya di Indonesia. Walaupun bergenre *ballad* dan berisi tentang kesedihan dan percintaan, namun kesuksesan drama yang mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia membuat musiknya pun juga dinikmati. Hal tersebut membuat musik-musik pop Korea (*K-Pop*) akhirnya berhasil masuk ke Indonesia.

Indonesia juga menjadi negara anggota Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) yang memiliki badan-badan, termasuk badan yang bergerak di bidang kebudayaan bernama UNESCO (*United Nation Educational, Scientific, and Culural Organization*). UNESCO memiliki tujuan untuk mendukung perdamaian dan keamanan dengan mempromosikan kerjasama antar negara melalui pendidikan, ilmu pengetahuan, dan budaya dalam rangka meningkatkan rasa saling menghormati yang berlandaskan kepada keadilan, peraturan hukum,

HAM, dan kebebasan hakiki.¹ UNESCO telah melahirkan sebuah konvensi mengenai kebudayaan bernama *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions* pada 20 Oktober 2005, dan Indonesia termasuk negara yang ikut meratifikasi konvensi tersebut. Konvensi itu mengakui hak para anggota dalam mengambil tindakan untuk melindungi dan mempromosikan keragaman ekspresi budaya, dan mempunyai kewajiban baik di tingkat domestik maupun internasional. Sehingga dalam hal ini, Indonesia mempunyai misi ingin memperkenalkan budaya mereka ke negara lain, karena itulah Indonesia menjalin hubungan diplomatik dengan Korea Selatan yang akan memudahkan kedua negara untuk melakukan program-program kebudayaan.

Walaupun begitu, namun ternyata banyak pula sebagian masyarakat Indonesia yang sadar dan khawatir dengan adanya produk budaya Korea Selatan yang masuk ke Indonesia. Hal itu ditakutkan akan dapat menggerus budaya asli Indonesia dan melunturkan identitas asli Indonesia. Karena kesukaan terhadap serial Korea membuat mereka mulai tidak *respect* terhadap sinetron Indonesia. Selain itu, boyband dan girlband yang mulai masuk saat itu, seperti Girls Generation atau SNSD dan Super Junior (SUJU) mulai menjadi idola yang musiknya disukai dan *stylenya* diikuti oleh remaja Indonesia.

Karena hal itu, maka tren budaya Korea yang masuk ke Indonesia pun melemah. Setelah beberapa serial Korea ditayangkan, televisi Indonesia tidak melanjutkan dengan serial drama Korea lainnya. Apalagi saat itu masih cukup banyak tayangan selain Korea yang hadir di layar kaca Indonesia. Sebut saja seperti serial India, Cina, Taiwan, bahkan telenovela dari Amerika Latin.

¹ Artikel 1 konstitusi UNESCO.

Salah seorang tokoh Indonesia bernama Sabam Pandapotan Siagian, mantan Duta Besar RI di Canberra, Australia, periode 1991-1994 bahkan menilai bahwa Korea Selatan cukup agresif dalam melakukan diplomasi budayanya. Sabam yang sekarang menjabat sebagai Dewan Kehormatan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Pusat dan bekerja di *the Jakarta Post* itu mengatakan, “Korsel dalam satu dasa warsa ini termasuk agresif menjalankan misi diplomasinya, bukan sekadar di bidang politik, namun produk iptek, pendidikan dan kebudayaannya terasa mempengaruhi generasi muda Indonesia. Manajemen gaya Korea Selatan yang terkesan serba cepat dan kerja keras juga berlangsung dalam industri negeri ini” (Priyambodo, 2014).

Namun sepertinya, pemerintah tidak terlalu sependapat dengan rakyat. Pemerintah cukup percaya walaupun dengan adanya budaya Korea yang masuk ke Indonesia, rakyat Indonesia tidak akan kehilangan identitasnya jika mereka menghadapinya dengan bijak. Maka pada 4 sampai 6 Desember tahun 2006 diadakanlah *Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation between Republic of Indonesia and the Republic of Korea in the 21st Century* pada saat kunjungan Roh Moo-Hyun, Presiden Republik Korea saat itu ke Indonesia. Deklarasi tersebut memuat 32 item kerjasama dalam bidang politik, pertahanan, ekonomi, sosial budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi serta hukum (Direktorat Asia Timur dan Pasifik, 2018). Selain itu juga mencakup 3 pilar, yakni kerjasama politik dan keamanan; kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi; serta kerjasama sosial budaya (KBRI, Hubungan Bilateral, 2015).

Menurut jajak pendapat BBC *World Service Poll* tahun 2014, 48 persen orang Indonesia menerima pengaruh Korea Selatan dengan positif, walaupun masih ada yang melihatnya dengan negatif yaitu

sebesar 27 persen (BBC, 2014). Namun hubungan antara keduanya tetap baik. Terutama karena hubungan yang dibentuk oleh kedua pemerintah. Bahkan pada 8 sampai 10 November 2017, Presiden Republik Korea, Moon Jae In, kembali melakukan kunjungan ke Indonesia. Dalam kunjungan tersebut kedua kepala negara bersepakat untuk meningkatkan Kemitraan Strategis menjadi *Special Strategic Partnership* untuk menegaskan kekhususan Kemitraan strategis RI – ROK, terutama bagi Indonesia di bidang akselerasi industrialisasi di Indonesia (Direktorat Asia Timur dan Pasifik, 2018).

Gambar 1.1.

**SBY Menerima Kunjungan Kenegaraan Presiden Korsel,
Lee Myung Bak**



Sumber: <https://sbyinfo.wordpress.com/2009/03/09/sby-menerima-kunjungan-kenegaraan-presiden-korsel/>

Tentunya hubungan diplomatik yang dijalin antara Indonesia dan Korea Selatan diharapkan akan dapat memberikan keuntungan tidak hanya Korea, tapi juga bagi Indonesia. Untuk itulah hari ini pemerintah Indonesia sudah semakin fasilitatif dalam menanggapi fenomena *Korean Wave* ini. Terbukti dengan banyaknya pertukaran kebudayaan yang dilakukan, tayangan-tayangan Korea yang diizinkan hadir di layar kaca Indonesia, produk-produk *made in* Korea yang laku di pasaran, konser-konser dengan mengundang artis-artis Korea, dan bermunculannya restoran-restoran Korea di Indonesia.

Sikap pemerintah pusat yang afirmatif tersebut juga membuat pemerintah daerah ingin ikut serta aktif dalam menjalin hubungan dengan Korea Selatan. Terutama dalam mengembangkan daerahnya masing-masing. Upaya yang mereka lakukan yaitu dengan membentuk *Sister City* antara kota yang mereka pimpin dengan kota di Korea Selatan yang memiliki kesamaan. Sebagai contoh Pulau Bali dengan Pulau Jeju dan Surabaya dengan Busan.

Pembentukan *Sister City* tersebut juga membuat banyak budaya maupun *fashion* atau *style* antar kedua kota saling bertukar. Termasuk juga masyarakat Indonesia yang menjadi kenal dan menyukai budaya maupun gaya Korea Selatan. Muncul pula *style* keKorea-Koreaan di masyarakat karena adanya kecocokan budaya tersebut. Sehingga semakin banyak pula masyarakat yang meniru atau mengimitasi gaya Korea dalam penampilan sehari-hari.

Penerimaan dari masyarakat tersebut tentunya juga mempengaruhi semakin banyaknya hiburan-hiburan asal Korea Selatan yang dipertunjukkan di Indonesia. Seperti telah disebutkan sebelumnya selain ada pertukaran budaya, banyak pula drama-drama maupun acara musik Korea yang ditampilkan di televisi Indonesia. Hal tersebut karena

berhubungan dengan rating yang artinya berhubungan dengan penerimaan di masyarakat.

Menerima diplomasi budaya artinya Indonesia diharapkan dapat bersiap untuk asimilasi budaya, pertukaran-pertukaran budaya, acara-acara budaya, bahkan akan semakin dikenalnya budaya Korea Selatan oleh masyarakat Indonesia. Terlebih karena sesama Asia, maka dari ciri fisik maupun adat kebiasaan banyak persamaan. Selain itu dalam drama-dramanya, Korea banyak menampilkan makanan-makanan tradisional, pakaian tradisional, bahkan produk-produk buatan mereka. Yang tentunya akan dapat mempengaruhi masyarakat Indonesia. Sehingga dapat dikatakan bahwa saat ini Indonesia harus mulai khawatir dengan percampuran budaya yang akan terjadi. Akankah Indonesia akan tetap kuat dengan masyarakatnya yang menjunjung tinggi adat istiadat budaya, atautkah Indonesia mulai goyah dengan masyarakatnya yang lemah terhadap masuknya budaya dari luar yang dapat dengan mudah mempengaruhi. Namun, disini dapat kita lihat, bahwa hingga kini Indonesia merespon positif diplomasi budaya yang dilakukan Korea Selatan dan bahkan hubungan diplomatik antara kedua negara semakin terjalin erat.

Untuk itulah dalam penelitian ini akan membahas mengenai sikap Indonesia dalam menanggapi fenomena *Korean Wave* dan faktor-faktor apa saja yang mendorong tanggapan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, memunculkan suatu rumusan masalah yaitu:

1. *“Apa yang dilakukan Indonesia dalam menanggapi fenomena Korean Wave yang masuk ke Indonesia pada tahun 2002?”*
2. *Faktor-faktor apa sajakah yang mendorong tanggapan tersebut?*

C. Tujuan Penelitian

Tesis ini merupakan suatu bentuk karya ilmiah yang dibuat untuk memberikan sumbangan baru terhadap dunia akademik. Tulisan ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan yang ada dengan membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan. Walaupun sudah banyak karya ilmiah mengenai diplomasi budaya Korea Selatan, namun masih jarang yang menganalisis mengenai faktor yang mempengaruhi Indonesia dalam merespon positif diplomasi budaya yang dilakukan Korea Selatan di Indonesia. Untuk itulah, melalui karya tulis ini penulis memiliki tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi respon positif Indonesia terhadap diplomasi budaya Korea Selatan.

D. Studi Pustaka

Sejauh ini, sudah banyak penelitian yang membicarakan mengenai budaya Korea Selatan yang mendunia. Karena kesuksesan budayanya tersebut, membuat banyak peneliti maupun akademisi tertarik untuk meneliti tentang hal itu terutama mengenai sebab keberhasilannya serta langkah-langkah apa yang dilakukan sehingga Korea Selatan dapat menyebarkan pengaruh budayanya sampai seluas ini.

Dalam penelitian ini, penulis akan mencoba mengangkat tema yang sama namun dengan mengajukan permasalahan yang berbeda.

Tetap dengan tema diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan namun menyempit yakni diplomasi budayanya dengan Indonesia, kemudian masalah yang dikemukakan mengenai faktor yang mempengaruhi sikap Indonesia dalam menerima diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia yang terbilang sukses, apa sebenarnya tujuan ataupun alasan Indonesia menanggapinya dengan respon positif, padahal hal tersebut rentan mempengaruhi budaya asli Indonesia.

Kerangka teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni mengenai konsep diplomasi budaya yang dilakukan Korea Selatan, selanjutnya mengenai teori pengambilan keputusan politik luar negeri Indonesia, dan juga konsep dari kepentingan nasional Indonesia dalam menerima diplomasi budaya Korea Selatan. Sehingga diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik untuk melengkapi referensi yang sudah ada dan mengembangkan kajian tentang alasan mengapa Indonesia menerima diplomasi budaya Korea Selatan.

Berikut akan disajikan beberapa penelitian terdahulu, yang bisa dijadikan sebagai referensi atau acuan dalam penelitian ini serta untuk mengetahui posisi dan letak perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan.

1. Penelitian Pertama

Jurnal pertama berjudul “Diplomasi Kebudayaan *Republic of Korea* melalui Film dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra dan Ekonomi *Republic of Korea* di Indonesia” yang ditulis oleh Noor Rahmah Yulia. Dalam jurnal ini menjelaskan mengenai strategi tertentu yang dipakai Korea Selatan dalam melakukan diplomasi kebudayaan pada tiap negara, salah satunya Indonesia. Indonesia dianggap sebagai negara yang masih membutuhkan strategi pendekatan *culture* lebih banyak dalam rangka meningkatkan level

pemahaman masyarakat Indonesia terhadap negara Korea Selatan. Tujuan ekonomi tetap menjadi prioritas diplomasi kebudayaan yang dilakukan Korea Selatan terhadap Indonesia, tetapi belum melebihi porsi tujuan *culture* (pencitraan).

Film dan drama mengambil bagian penting dalam pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan untuk mencapai tujuan nasionalnya. Media tersebut merupakan salah satu aspek ekonomi kreatif yang langsung dilakukan oleh Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea. Keberadaan film dan drama tersebut di Indonesia memiliki keuntungan bagi Korea yaitu adanya citra positif dari masyarakat Indonesia dan mendatangkan keuntungan ekonomi secara khusus bagi Korea baik dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. (Yulia, 2013).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh Yulia. Yulia lebih membicarakan mengenai aspek dari Korea Selatan yang melakukan diplomasi budaya melalui film dan drama. Dimana hal tersebut bertujuan untuk mencapai kepentingan citra dan ekonomi Korea Selatan di Indonesia. Sedangkan penelitian yang saya tulis lebih membicarakan dari sisi Indonesia yang melihat fenomena dari Korean Wave sebagai diplomasi budaya Korea Selatan.

2. Penelitian Kedua

Berikutnya penelitian berjudul “*Korean Wave* sebagai Instrumen Diplomasi Korea Selatan dilihat dari Paradigma Realisme, Liberalisme dan Konstruktivisme” yang disusun oleh Pettisa Rustadi. Isi dari jurnal ini yaitu *Korean Wave (Hallyu)* sebagai instrumen diplomasi memberikan dampak positif seperti pencitraan negara yang positif serta peningkatan ekonomi, dan bisa pula negatif seperti

lahirnya gerakan anti *Korean Wave*. Fenomena ini juga mampu mengkonstruksi identitas baru sebagai seorang penggemar (*fans*).

Fenomena *Korean Wave* dalam paradigma realisme dapat dijelaskan dalam *soft power*. Hal tersebut diharapkan mampu mendukung dan membantu kemajuan berbagai kebijakan yang dimiliki oleh Korea Selatan. Sedangkan dalam ranah liberalisme, *Korean Wave* dipandang sebagai sesuatu yang dapat meningkatkan perekonomian bagi pelaku bisnis di Korea. Mereka berupaya memperluas pasar mereka dengan menggunakan sifat konsumerisme dari para penggiat *Korean Wave* tidak hanya tingkat lokal, namun juga internasional. Selanjutnya menurut perspektif konstruktivisme, menyebarnya *Korean Wave* ini turut berdampak menyebarkan nilai-nilai budaya Korea yang turut mengkonstruksi identitas individu di dunia. Sehingga dari ketiga paradigma di atas dapat dilihat bahwa *Korean Wave* banyak membawa dampak positif bagi Korea itu sendiri khususnya untuk memperkuat *soft power* mereka (Rustadi, 2012).

Dalam penelitian Rustadi, menjelaskan tentang instrumen diplomasi Korea Selatan bernama *Korean Wave*. Fenomena ini kemudian dianalisis ke dalam perspektif realisme, liberalisme, dan konstruktivisme. Tentunya cukup berbeda dengan penelitian yang saya tulis. Yakni penelitian saya melihat dari aspek Indonesia yang memandang *Korean Wave* itu. Dan menganalisis bukan menggunakan realisme, liberalisme, maupun konstruktivisme, namun dilihat dari sisi *cultural* dan *public diplomacy* Indonesia.

3. Penelitian Ketiga

Selanjutnya jurnal berjudul “*Soft Diplomacy* Korea Selatan” dengan penulis bernama Ayu Riska Wahyudiya. Penelitian ini

menceritakan mengenai empat langkah strategi *Soft Diplomacy* Korea Selatan dalam membangun citra *Global Korea* di Indonesia, antara lain (1) Mengembangkan Seni Kebudayaan, ditandai dengan pergelaran kebudayaan Korea-Indonesia setiap tahun bernama *Korea-Indonesia Week*, (2) Mengembangkan Sikap Profesionalisme, didasarkan pada keterlibatan aktor non-negara (*track two diplomacy, track three diplomacy, track four diplomacy*) yang memungkinkan untuk menyuarkan dan menjalankan kebijakan luar negeri suatu negara, (3) Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi, pemerintah Korea Selatan memanfaatkan *track nine diplomacy* yakni media menjadi salah satu strategi pelaksanaan *soft diplomacy* dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan *K-Pop*, (4) Melakukan Interaksi Kebudayaan Melalui *Korean Wave*, penyelenggaraan ajang pencarian bakat “*Galaxy Superstar*” dan pembuatan drama Indonesia-Korea menjadi salah satu langkah strategis yang penting agar interaksi kesenian dan kebudayaan kedua negara tetap terjaga sehingga semakin mengukuhkan pengaruh *soft diplomacy* Korea Selatan dalam membangun citranya di Indonesia.

Seiring dengan semakin besarnya minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap *K-Pop* berhasil membangun citra Korea Selatan di Indonesia. *Soft power* diperlukan tidak hanya sekedar memperkenalkan identitas politik, ekonomi dan budaya Korea Selatan di luar negeri tetapi mendukung pencapaian kepentingan nasional dalam hal ini mewujudkan citra *Global Korea*.

Citra positif masyarakat Indonesia yang terbentuk terhadap Korea Selatan pada akhirnya dapat mempengaruhi hubungan bilateral kedua negara menjadi lebih erat. *K-Pop* yang diimplementasikan sebagai salah satu bentuk *soft diplomacy* membawa pengaruh yang

signifikan dalam meningkatkan sektor perekonomian dan pariwisata Korea Selatan. Masyarakat Indonesia tidak hanya menyukai musik Korea namun secara perlahan juga mengkonsumsi produk Korea, serta daya kunjung wisata ke Korea semakin meningkat (Wahyudiya, 2011).

Tidak ada persamaan antara penelitian dari Wahyudiya dengan penelitian saya. Wahyudiya meneliti mengenai *soft diplomacy* Korea Selatan di Indonesia yang memiliki empat strategi. Hal itu memiliki tujuan selain memperkenalkan identitas politik, ekonomi, dan budaya Korea Selatan di luar negeri, juga untuk mendukung pencapaian kepentingan nasional dalam mewujudkan citra Global Korea. Sedangkan penelitian saya bukan melihat dari sisi Korea Selatan, melainkan bagaimana Indonesia merespon diplomasi budaya Korea berbentuk Korean Wave.

4. Penelitian Keempat

Penelitian berikutnya berjudul “Diplomasi Kebudayaan Pemerintah Korea Selatan dalam Penyebaran *Hallyu* di Indonesia tahun 2010-2012” yang disusun oleh Dian Khairana Pohan. Tulisan ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya oleh pemerintah Korea Selatan di Indonesia sukses diterima dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia saat ini. Banyak media yang difasilitasi oleh pemerintah Korea Selatan yang berkontribusi pada eksistensi budaya Korea Selatan di Indonesia dan memiliki *feedback* yakni peningkatan pendapatan wisatawan untuk Korea Selatan.

Pengenalan dan pemahaman seni budaya Korea Selatan adalah bentuk diplomasi budaya Pemerintah Korea Selatan yang merupakan *soft power* mereka. KOFIC dibentuk oleh pemerintah Korea sebagai lembaga pemerintah yang bertugas khusus dalam

menjalin kerjasama dengan perusahaan swasta untuk mendukung proses serta strategi penyebaran *hallyu* dan juga menangani penyebaran budaya Korea. Produk Korea berhasil membentuk norma dan moral budaya Asia dengan gaya modern. Penjualan produk budayanya yang berhasil tentunya atas hasil kerja keras baik dari pemerintah maupun masyarakat Korea itu sendiri.

Tahun wisata Korea juga diadakan oleh Pemerintah Korea Selatan dimana membawa serta paket wisata yang berhubungan dengan drama untuk menjual produk budaya mereka antara lain paket wisata *Winter Sonata* dan *Endless Love*. Paket ini sengaja disusun untuk dipasarkan kepada wisatawan asing untuk mengunjungi tempat pengambilan gambar di lokasi *shooting* film-film Korea termasuk mengunjungi rumah idolanya. Kecanggihan teknologi yang dimiliki oleh Korea Selatan juga menjadi salah satu faktor kesuksesan pemasaran produk budayanya. Media komunikasi dan informasi dengan menggunakan *youtube*, *facebook*, *twitter* menjadi peluang penyebaran *K-Pop* di dunia internasional. Korea Selatan menggunakan artis *K-Pop* sebagai ikon dalam pelaksanaan *soft diplomacy* di Indonesia, dengan menampilkan *fashion* serta gaya yang menarik membuat masyarakat Indonesia terpicat dan meninggalkan kesan yang positif. *K-Pop* memberi warna yang berbeda dalam industri musik Indonesia (Pohan, 2014).

Lagi-lagi penelitian dengan subjeknya adalah Korea Selatan dalam tulisan karya Pohan ini. Sudah pasti berbeda dengan penelitian saya yang justru menjadikan Indonesia sebagai aktor utama dalam penelitian. Dimana Indonesia memiliki alasan di balik tanggapannya terhadap diplomasi budaya Korea Selatan.

5. Penelitian Kelima

Dan penelitian terakhir sebagai studi pustaka penelitian ini yaitu tentang “*K-Pop as a Tool of Republic of Korea’s Public Diplomacy*” dengan penulis A. Novita Annisa Aslam. Penelitian ini tentang k-pop sebagai salah satu alat diplomasi publik Republik Korea. Sebagaimana dinyatakan dalam *Korea’s Diplomatic White Paper* 2012, 2013 dan 2014, bahwa *hallyu*, termasuk *K-pop*, merupakan bagian penting dari diplomasi publik Korea.

Gelombang Korea telah berkembang dengan popularitas film Korea dan penyebaran musik *K-Pop* di seluruh dunia. Dengan perluasan budaya pop Korea, merk nasional Korea telah meningkat, memunculkan pentingnya promosi *Korean Wave* sebagai bagian penting dari kebijakan diplomasi publik. Sadar akan fakta bahwa *K-pop* telah menjadi fenomena global, pemerintah Korea telah memanfaatkannya dengan baik untuk mempromosikan Korea kepada orang asing. Ini adalah salah satu alat paling penting dari diplomasi publik Korea.

Berdasarkan popularitas globalnya, *K-pop* telah terbukti dapat diterima secara positif di banyak negara di seluruh dunia. Popularitas *K-pop* telah membantu membuat Korea menjadi lebih dikenal di seluruh dunia, terutama di kalangan anak muda. Hal ini telah berkontribusi untuk mempromosikan pariwisata Korea dalam banyak hal. *K-pop* juga telah membantu perekonomian Republik Korea dengan memberikan kontribusi khusus dalam mempromosikan sektor pariwisata dan ekspor Korea.

Diplomasi Publik Republik Korea menandai titik awalnya pada tahun 2010, ketika Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan bekerja sama dengan *Korean Foundation* dan mendirikan *Korean Public Diplomacy Forum* (KPDF). Korea telah melakukan beberapa

upaya untuk meningkatkan diplomasi publiknya. Upaya tersebut antara lain mendukung nirlaba perusahaan dan organisasi non-pemerintah, mendukung kegiatan budaya di luar Korea, mendukung upaya pemerintah daerah dalam hubungan internasional, kerja sama dengan media, seperti stasiun penyiaran, dan melakukan diplomasi olahraga dan pembentukan program yang disebut *Charming Korea Project* dan bekerja sama dengan warga Korea dengan memasukkan mereka sebagai diplomat publik melalui program yang disebut “Masing-masing Warga Negara adalah Diplomat Publik” dan “Korps Diplomatik Pemuda” (Aslam, 2016).

Diplomasi publik menjadi topik yang dominan untuk melihat fenomena K-Pop dalam tulisan milik Aslam ini. Penelitiannya membicarakan Korea Selatan yang semakin meningkatkan diplomasi publiknya untuk mempromosikan *Korean Wave* sebagai bagian penting dari kebijakannya tersebut. Walaupun memiliki teori yang sama dalam melihat suatu fenomena, penelitian saya memiliki subjek yang berbeda dengan penelitian Aslam. Aslam memilih diplomasi publik dilihat dari Korea Selatan, sedangkan penelitian saya akan membicarakan diplomasi publik dari sisi Indonesia. Tentunya dalam merespon diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia berupa Hallyu.

Dari penelitian-penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian pertama membicarakan mengenai strategi tertentu yang dipakai Korea Selatan melakukan diplomasi kebudayaan terutama melalui film dan drama dalam mencapai tujuan *culture* (pencitraan) dan ekonomi Korea di Indonesia. Penelitian kedua menganalisis tentang fenomena *Korean Wave* sebagai instrumen diplomasi Korea Selatan menggunakan pendekatan Realisme, Liberalisme, dan juga

Konstruktivisme. Selanjutnya penelitian ketiga fokus pada langkah-langkah *soft diplomacy* Korea Selatan khususnya di Indonesia, yakni mengembangkan seni kebudayaan, sikap profesionalisme, memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, dan melakukan interaksi kebudayaan melalui *Korean Wave*. Penelitian keempat melihat diplomasi budaya yang dilakukan Korea Selatan di Indonesia dimana *K-Pop* memiliki kesan positif bagi masyarakat Indonesia karena memberi warna yang berbeda bagi industri musik Indonesia. Dan penelitian terakhir yaitu menjelaskan mengenai *K-Pop* sebagai alat diplomasi publik yang paling penting bagi Republik Korea seperti dinyatakan dalam *Korea's Diplomatic White Paper* 2012, 2013 dan 2014, bahwa hallyu, termasuk *K-pop*, merupakan bagian penting dari diplomasi publik Korea.

Persamaan penelitian ini dengan beberapa acuan yang telah disebutkan oleh penulis adalah membahas mengenai kebudayaan Korea Selatan. Yang membedakannya yaitu mengenai permasalahan yang diajukan. Dimana permasalahan yang diangkat mengenai penelitian ini adalah faktor yang dapat mempengaruhi sikap Indonesia untuk menerima diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia yang akan dilihat terutama melalui diplomasi budaya dan diplomasi publik Indonesia.

E. Teori

Untuk menganalisa permasalahan tentang *apa yang dilakukan Indonesia dalam menanggapi fenomena Korean Wave yang masuk ke Indonesia pada tahun 2002 dan faktor-faktor apa sajakah yang mendorong tanggapan tersebut* saya akan mereview dengan beberapa teori.

1. Diplomasi Budaya

Pada awalnya akan dibahas mengenai konsep dari diplomasi budaya, yang mana dalam penelitian ini berhubungan dengan sikap yang dilakukan Indonesia, menanggapi tindakan Korea Selatan. Diplomasi kebudayaan berasal dari dua kata, diplomasi dan kebudayaan. Diplomasi diartikan menurut Harold Nicholson, yaitu hal-hal yang mencakup politik luar negeri, negosiasi, mekanisme pelaksanaan negosiasi, dan suatu cabang dinas luar negeri. Sedangkan kebudayaan, menurut Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi adalah semua hasil karya cipta, rasa, dan karsa manusia. Karya menghasilkan teknologi kebendaan atau (*material culture*) yang diperlukan manusia untuk menguasai sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk kehidupan masyarakat.

Kebudayaan begitu efektif sebagai media diplomasi, karena kebudayaan memiliki unsur-unsur universal (*cultural universals*) dimana unsur-unsurnya terdapat dalam semua kebudayaan bangsa-bangsa di dunia. Jika mengutip analisis Koentjaraningrat yang mengadaptasi konsepsi B. Malinowski (1944), dalam semua kebudayaan ada tujuh buah unsur universal, dimana kesenian adalah salah satu unsurnya. Sedangkan mengutip pembahasan Sutan Takdir Alisjahbana yang berlandaskan klasifikasi Edward Spranger (1921), ada enam nilai universal, salah satunya adalah nilai seni yang bersifat ekspresif. (Misi Kebudayaan sebagai Alat diplomasi Budaya (Kajian IOV Indonesia)).

Dalam pengertian definitif, diplomasi kebudayaan sebagai upaya suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian, ataupun secara makro sesuai dengan ciri-ciri khas yang utama, misalnya propaganda dan

lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer. Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari dalam bukunya *Diplomasi Kebudayaan* berpendapat bahwa diplomasi ialah upaya yang paling sering digunakan oleh negara-bangsa karena dianggap lebih efektif untuk mencapai kepentingan nasional karena pelaksanaannya dapat berlangsung dalam situasi apapun, baik dalam keadaan damai, krisis, konflik maupun perang (Kartikasari, 2016).

Definisi lain dari Richard. T. Arndt mengatakan bahwa diplomasi budaya merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan pengaruh dan hasil dalam hubungan internasional antar negara. Dalam penelitiannya Arndt membuktikan bahwa diplomasi budaya dapat membantu menciptakan dasar kepercayaan dengan orang lain, dalam hal ini para pembuat kebijakan untuk mencapai kesepakatan politik, ekonomi, militer (Arndt, 2005).

Sedangkan John Lenczovvski mengatakan bahwa Diplomasi Kebudayaan juga dapat didefinisikan sebagai pertukaran ide, informasi, seni dan aspek lain dari kebudayaan antar negara untuk menciptakan *mutual understanding* dalam menjalin interaksi dengan negara lain (Lenczowski, 2011).

Joseph Nye juga menyebutkan bahwa *soft power* yang dimiliki oleh suatu negara, pada dasarnya bergantung pada tiga sumber utama, yakni budaya, nilai-nilai politis, dan terakhir kebijakan luar negeri (Nye J. S., 2004). Dalam hal ini, diplomasi budaya adalah *soft power*. Artinya kekuatan untuk menunjukkan eksistensi di hadapan negara lain tanpa bertindak secara keras, seperti penggunaan kekuatan militer, ekonomi, maupun politik atau disebut *hard power*. Jadi, *soft power* ini adalah sebuah bentuk kekuatan

lunak, yang memiliki peranan sama pentingnya dengan *hard power* (kekuatan yang keras). Sehingga dapat dikatakan bahwa apa yang dilakukan oleh Indonesia, akan dapat membuat Korea Selatan juga menerima kebudayaan Indonesia dengan baik sehingga terciptalah sebuah pertukaran budaya yang akan memberikan manfaat bagi keduanya.

Diplomasi budaya dalam pelaksanaannya di situasi damai memiliki beberapa bentuk, yakni eksibisi, kompetisi, pertukaran misi, negosiasi, dan konferensi serta tujuan seperti adanya pengakuan, hegemoni, persahabatan, dan penyesuaian (Kartikasari, 2016).

- a. Eksibisi: pameran (seni, produk industri, olahraga)
- b. Kompetisi: kompetisi adalah aktivitas mencapai tujuan dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok. Individu atau kelompok memilih untuk bekerja sama atau berkompetisi tergantung dari struktur *reward* dalam suatu situasi, menurut Deaux, Dane, & Wrightsman (1993); sedangkan Chaplin (1999) mendefinisikan kompetisi adalah saling mengatasi dan berjuang antara dua individu, atau antara beberapa kelompok untuk memperebutkan objek yang sama.
- c. Pertukaran misi: pengiriman perwakilan delegasi suatu negara untuk belajar di negara lain dengan tujuannya untuk mendapatkan berbagai pengetahuan atau informasi yang dapat berguna bagi negara. Hal ini mencakup tentang kerja sama umumnya pertukaran budaya, seperti pertukaran pelajar, pertukaran guru atau tenaga ahli, pertukaran penelitian, pertukaran kesenian, dan sebagainya yang berguna untuk dapat saling mengenalkan budaya masing-masing.

- d. *Negosiasi*: suatu cara untuk mencapai suatu kesepakatan melalui diskusi formal (Oxford Learner's Pocket Diary 3rd Edition, 2004) atau sebuah bentuk interaksi sosial saat pihak-pihak yang terlibat berusaha untuk saling menyelesaikan tujuan yang berbeda dan bertentangan. Menurut kamus Oxford (Elizabeth, 2004).
- e. *Konferensi*: rapat atau pertemuan untuk berunding atau bertukar pendapat mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama.

2. Diplomasi Publik

Diplomasi publik adalah aktivitas pemerintah saat berhubungan dan berkomunikasi dengan publik mancanegara (*foreign public*) dengan tujuan, yaitu mempengaruhi perilaku dari negara bersangkutan dan memfasilitasinya. Diplomasi publik juga merupakan usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara (Mellisen, 2006). Diplomasi publik dimaknai sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang memiliki tujuan memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya (Gouveia, 2006). Selanjutnya menurut Edmund Gullion, Diplomasi publik berkaitan dengan pengaruh sikap publik terhadap formasi dan pelaksanaan kebijakan luar negeri. Hal ini mencakup dimensi hubungan internasional di luar diplomasi tradisional, penanaman opini publik oleh pemerintah di negara-negara lain, interaksi kelompok dan kepentingan pribadi di satu negara dengan negara lain, pelaporan urusan luar negeri dan dampaknya terhadap kebijakan, komunikasi antara mereka yang bekerja sebagai diplomat dan koresponden asing, dan proses komunikasi antar budaya. Nicholas J. Cull juga

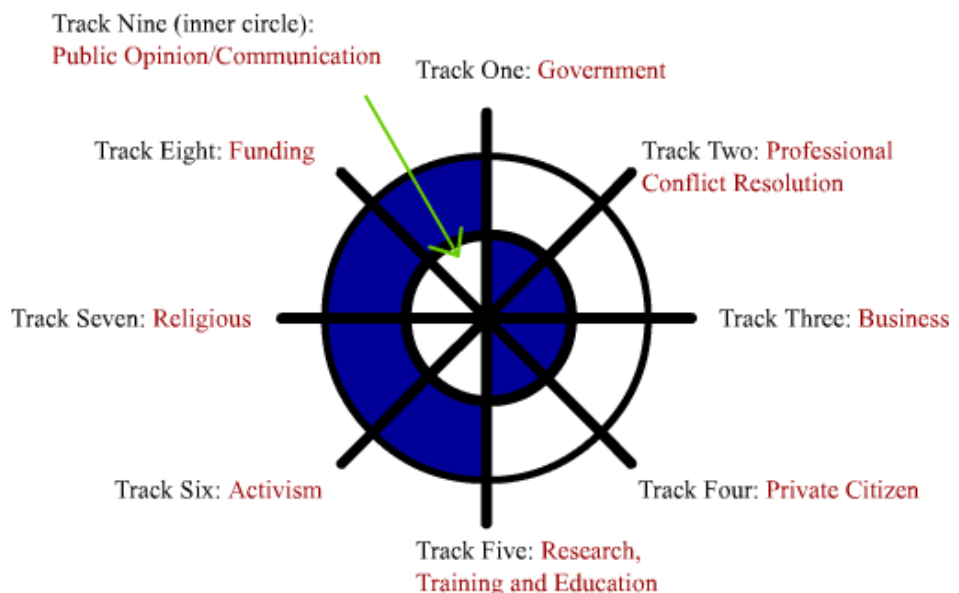
menyatakan bahwa diplomasi publik dikategorikan menjadi lima, yakni advokasi, mendengarkan, pertukaran diplomasi, diplomasi budaya, dan penyiaran berita internasional (Aslam, 2016). Berikutnya Mark Leonard menulis dalam bukunya berjudul *Public Diplomacy* bahwa diplomasi publik adalah sebuah cara untuk membangun hubungan dengan cara memahami kebutuhan, budaya, dan masyarakat; mengkomunikasikan pandangan; membenarkan mispersepsi masyarakat internasional; dan mencari bagian dimana pemerintah menemukan pandangan yang sama. Ada beberapa tujuan yang dapat dicapai melalui diplomasi publik menurut Mark, antara lain meningkatkan rasa persahabatan dan kekeluargaan dengan negara lain, menambah penghargaan masyarakat pada negara tertentu (persepsi yang positif), mempererat hubungan dengan masyarakat di suatu negara, mempengaruhi masyarakat di negara lain untuk berinvestasi dan berpartner di bidang-bidang lainnya. Berdasarkan tujuan dari Mark, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik membutuhkan komunikasi dua arah untuk menciptakan komunikasi yang baik agar tidak timbul kesalahpahaman. Tentu ini membuktikan bahwa diplomasi publik berbeda dengan propaganda. Walaupun memiliki tujuan sama yakni pihak yang satu ingin mempengaruhi pihak lain agar mempunyai pikiran yang sama dengannya, namun dalam diplomasi publik tidak ada pemaksaan, justru kedua belah pihak harus saling mendengarkan pendapat satu sama lain dalam prosesnya (Leonard, 2002).

Diplomasi publik merupakan suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat, meliputi bidang ekonomi, politik, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah (Wang, 2006). Selain pemerintah,

diplomasi publik juga melibatkan peranan publik atau aktor non pemerintah. Proses diplomasi publik tidak hanya dilakukan di luar negeri tapi juga di dalam negeri karena permasalahan diplomasi publik tidak hanya tantangan terhadap kebijakan luar negeri, tetapi juga merupakan tantangan nasional (Potter, 2006). Pemberdayaan peran aktor internasional dan nasional di dalam negeri harus mendapat perhatian. Karena diplomasi publik yang dijalankan tidak hanya bersifat G to G (*Government to Government*) atau G to P (*Government to Public*), melainkan juga P to P (*Public to Public*). Berikut adalah model dari *multi-track diplomacy* yang memiliki sembilan jalur diplomasi:

Model 1.1

Sembilan Jalur Multi-track Diplomacy menurut Louise Diamond dan John McDonalds

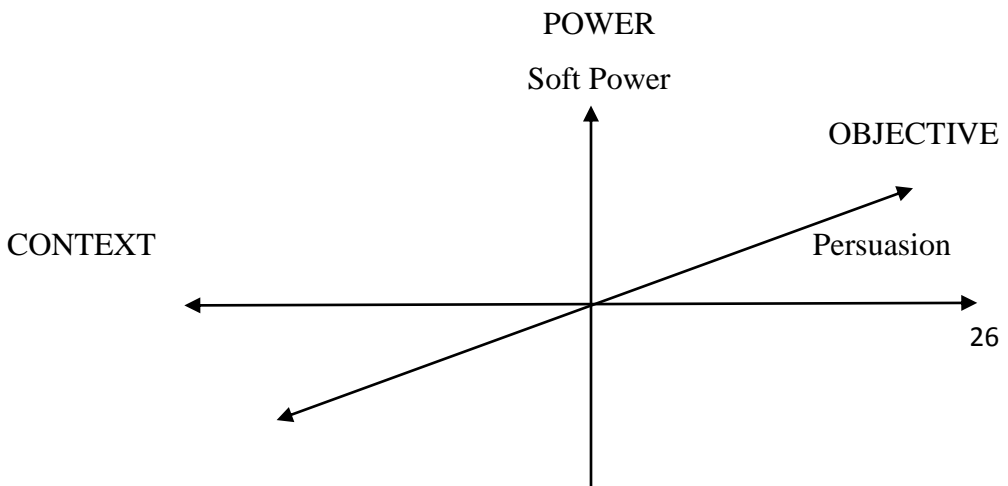


Sumber: Louise Diamond and John McDonald. 1996. *Multitrack Diplomacy: A System Approach to Peace*, Third Edition. University of Michigan: Kumarian Press.

Selanjutnya, ada tiga dimensi dalam diplomasi publik menurut Gyorgy Szondi. Dimensi yang pertama adalah konteks atau kondisi yang mana komunikasi terjadi, hubungan antara negara yang melakukan komunikasi dengan negara yang menjadi target komunikasi; perdamaian dan perang ditempatkan dalam sebuah rangkaian. Dimensi kedua melibatkan level tujuan komunikasi dari persuasi (satu arah) sampai membangun hubungan (dua arah) (Szondi). Dimensi yang ketiga adalah *power*, didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi hasil yang diinginkan. Konsep Joseph Nye tentang *soft versus hard power* mengacu pada berbagai jenis sumber daya dan kemampuan berbeda suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan mempengaruhi perilaku orang lain. Nye tidak secara jelas mendefinisikan kekuatan lunak tetapi dikonseptualisasikan sebagai kekuatan daya tarik, yang bergantung pada kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain (Nye J. , 2004). Konsep *soft power* telah menjadi pusat bagi banyak konseptualisasi diplomasi publik meskipun hubungan antara soft power dan diplomasi publik tidak jelas dan terkadang kontroversial. Berikut adalah model yang memvisualisasikan ketiga dimensi di atas:

Model 1.2

Tiga Dimensi dalam Diplomasi Publik menurut Gyorgy Szondi



Relationship Building

Hard Power

Sumber: Gyorgy Szondi. 2008. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.

F. Hipotesa

1. Yang dilakukan Indonesia dalam menanggapi fenomena *Korean Wave* yang masuk ke Indonesia pada tahun 2002 adalah menerima diplomasi budaya Korea tersebut dengan baik.
2. Faktor-faktor yang mendorong tanggapan tersebut:
 - a. Tujuan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perekonomian melalui perdagangan dan investasi.
 - b. Tujuan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan pendapatan di bidang pariwisata.

G. Metodologi Penelitian

Dalam sub bab metodologi penelitian, peneliti akan menjelaskan satu-persatu mengenai hal-hal yang menceritakan cara bagaimana penelitian dilakukan. Hal-hal tersebut yaitu:

1. Objek yang akan diteliti

Unit yang akan dianalisa adalah mengenai tanggapan Indonesia terhadap fenomena Korean Wave yang masuk ke Indonesia pada tahun 2002 dan faktor-faktor yang mendorong tanggapan tersebut.

2. Lokasi dan Jangkauan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data bertempat di dua lokasi penelitian yaitu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Kedutaan Besar Korea Selatan di Jakarta. Sedangkan data dikumpulkan dimulai sejak tahun 2002 sampai dengan tahun 2017, namun tidak membatasi kejadian kapanpun selama penelitian tersebut relevan.

3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu primer dan sekunder. Metode primer adalah melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait atau narasumber secara langsung. Dalam hal ini akan diadakan pengambilan informasi oleh peneliti kepada narasumber secara *face to face*, atau melalui alat komunikasi seperti telepon, *chat*, email, maupun internet, jika terjadi kendala atau hambatan. Metode sekunder adalah teknik yang dipilih oleh peneliti untuk menemukan referensi melalui studi literatur, jurnal, e-book, majalah, koran, dan buku. Mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda, dan sebagainya adalah metode dokumentasi (Arikunto, 2006). Sedangkan, informasi lain berasal dari komputer, internet atau media elektronik yang relevan dengan analisis di atas.

4. Analisis Data

Tesis ini menggunakan metodologi deskriptif yang didefinisikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel

mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2003). Dan metodologi deskriptif yang dipakai adalah metodologi deskriptif-kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan analisis induktif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang tidak dapat diukur dengan menggunakan angka, statistik, atau hal-hal yang berkaitan dengan hal yang pasti atau tepat, tetapi data yang berbentuk kata, skema dan gambar (Sugiyono, 2003).

5. Kerangka Teori

Dalam menganalisis permasalahan yang ada di dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan diplomasi budaya dan diplomasi publik.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab dan beberapa sub-bagian. Yang pertama yakni bab satu, lalu bab dua, bab tiga, bab empat, dan terakhir adalah bab lima.

Bab satu adalah bagian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, studi pustaka, kerangka teoritik, hipotesis, metodologi penelitian, dan penulisan yang sistematis.

Bab dua ini berisi tentang pengantar isi dari tesis. Dengan bab berjudul Dinamika Sejarah Hubungan Indonesia dan Korea Selatan terbagi menjadi dua sub bab yakni Sejarah Hubungan Diplomatik Bidang Sosial Budaya Indonesia-Korea Selatan dan Sarana Diplomasi Budaya dalam Hubungan Indonesia-Korea Selatan yang terbagi menjadi Pariwisata, Olahraga, Pendidikan, Perdagangan, Seni dan Budaya.

Bab tiga berjudul Bentuk-bentuk Penerimaan Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Indonesia dengan sub bab mengenai Macam-macam

Budaya Korea Selatan di Indonesia yang terbagi menjadi *K-Pop*, *K-Drama*, Kuliner, dan Huruf.

Bab empat adalah bab yang berisi pembahasan. Bab berjudul Respon Indonesia terhadap Diplomasi Budaya Korea Selatan memiliki sub bab yakni Perdagangan dan Investasi yang terbagi lagi menjadi Kesehatan dan Kecantikan, Otomotif (KIA Motor dan Hyundai), Alat Elektronik (LG dan Samsung), dan Bidang Lainnya (Lotten dan Dong Jin Textile); serta Pariwisata.

Bab lima adalah bab terakhir dengan isi merupakan kesimpulan dari tesis. Artinya bab lima ini menjelaskan tentang kesimpulan dari keseluruhan materi tesis yang berfungsi sebagai penutup tesis ini.