

## **BAB II**

### **DINAMIKA KOREA SELATAN, CORAK DIPLOMASI DAN HUBUNGAN BILATERALNYA DENGAN INDONESIA**

Pada bab ini, penulis membahas tentang dinamika Korea Selatan mulai dari perjalanan Korea Selatan sebagai sebuah negara yang memiliki budaya unik sebagai warisan dari dataran Korea yang dulunya merupakan gabungan dari Korea Selatan dan Korea Utara. Kemudian membahas secara rinci perekonomian Korea Selatan, khususnya industri produk kecantikan yang di promosikan melalui diplomasi budaya ala Korea Selatan, yaitu *Hallyu* (Hangul: 한류). Mengenal seperti apa perwujudan representasi kulit cantik dalam budaya Korea Selatan yang tergambarkan oleh artis-artis *Hallyu* selaku duta produk Kecantikan Korea Selatan, dan membahas hubungan bilateral antara Korea Selatan-Indonesia.

#### **A. Dinamika Korea Selatan**

##### **1. Perjalanan Korea Selatan Menjadi Sebuah Negara**

Korea Selatan awalnya merupakan bagian dari wilayah tunggal bersama dengan Korea Utara. Awalnya wilayah tunggal Korea dipimpin oleh Dinasti Joseon (Baca: Choson) hingga pada tanggal 17 April tahun 1895, melalui perjanjian Shimonoseki wilayah ini dilepaskan dari klaim Tiongkok untuk kemudian berada di bawah kekuasaan kekaisaran Jepang. Pada tahun 1905, kemenangan Jepang dari Rusia pada Perang Rusia-Jepang (*Russo-Japanese War*) menyebabkan Jepang memiliki pengaruh paling kuat di wilayah Asia Timur, hasilnya lima tahun kemudian Jepang menganeksasi wilayah tunggal Korea. 35 tahun kemudian, tepatnya pada bulan Agustus 1945, setelah peristiwa pengeboman Hiroshima dan Nagasaki, sekutu lalu membagi wilayah tunggal Korea menjadi dua bagian dengan titik awal Semenanjung Korea. Bagian utara dikuasai oleh Uni Soviet, dan bagian Selatan dikuasai oleh Amerika Serikat.

Setelah tiga tahun, kedua wilayah ini secara resmi berpisah, dan pada tahun tanggal 15 Agustus 1948 sejarah Korea Selatan secara resmi dimulai bersamaan dengan dibentuknya Republik Korea (Pruitt, 2019). Deklarasi pembentukan Republik Korea direspon oleh wilayah Korea bagian Utara yang saat dengan mendirikan Republik Rakyat Demokratik Korea Utara di ibu kota Pyongyang. Pemerintahan ini didukung oleh Uni Soviet, dan Tiongkok. Pada tahun 1950 Korea Utara menginvasi Korea Selatan demi memperoleh kontrol atas wilayah Semenanjung Korea. Akhirnya Perang Korea (*Korean War*) meletus selama tiga tahun dan paling tidak mengorbankan lebih dari 2.5 juta orang. Perjanjian gencatan senjata kemudian dibuat dan Semenanjung Korea terbagi seperti sebelumnya dengan tambahan zona demiliterisasi (*demilitarized zone/DMZ*) membentang dari lintang 38 derajat Utara (Pruitt, 2019).

Pasca Perang Korea, Korea Selatan terus mempertahankan hubungan baiknya dengan Amerika Serikat, khususnya di sektor militer, ekonomi, dan dukungan politik. Meskipun didirikan sebagai republik, rakyat Korea Selatan awalnya justru tidak menikmati kebebasan berpolitik. Hasilnya, ketidakpuasaan rakyat membawa pemerintahan saat itu ke situasi konflik. Kudeta militer dilakukan pada tahun 1961 dan menghasilkan Jenderal Park Chung-hee sebagai penguasa baru. Di bawah Rezim Park Chung-hee, Korea selatan menikmati periode pertumbuhan industri dan pertumbuhan ekonomi yang luar biasa dengan pendapatan per kapita 17 kali lebih besar dari Korea Utara pada saat itu (History Editors, 2018).

Park Chung-hee kembali terpilih sebagai Presiden pada tahun 1967 dengan jumlah pemilih mencapai 51.4%, padahal saat itu di Korea Selatan Presiden hanya bisa menjabat dua kali. Tapi amandemen terhadap konstitusi dilakukan secara paksa melalui Majelis Nasional pada tahun 1969 yang memungkinkan Park untuk menjabat tiga kali. Hal ini mengundang amarah rakyat hingga terjadi protes serta demonstrasi besar-besaran terhadap amandemen konstitusi dengan dukungan yang besar dari pihak oposisi yang dipimpin Kim Dae-Jung. Namun, pada

pemilu Presiden tahun 1971, Park Chung-hee kembali memenangkan perolehan suara. Setelah pemilu Presiden, pemilihan Parlemen segera dilakukan setelahnya dan sebagian besar kursi dimenangkan oleh pihak oposisi, memberi mereka kekuatan untuk meloloskan amandemen terhadap konstitusi (Nahm, 1996).

Pada tahun 1979, Park Chung-hee dibunuh saat makan malam di rumah perlindungan Badan Intelijen Pusat Korea Selatan. Pelakunya adalah Direktur Badan Intelijen Pusat Korea Selatan, Kim Jae-gyu, dan Kepala Keamanan Presiden. Insiden ini dikenal sebagai insiden '10.26' di Korea Selatan. Posisi Presiden lalu diisi oleh Chun Doo-hwan, seorang jenderal militer sama seperti Park Chung-hee. Di bawah Chun Doo-hwan, Korea Selatan berada dalam kendali militer yang sangat kaku. Pemberontakan bersenjata diinisiasi oleh mahasiswa untuk mengembalikan pemerintahan Korea Selatan kembali demokratis. Peristiwa mengerikan terjadi pada tahun 1979 ketika seorang mahasiswa Seoul National University, Park Jong-Chul disiksa sampai mati oleh rezim (The Hankyoreh, 2007). Menyusul kejadian tersebut, ketidakpuasan rakyat terhadap rezim berhasil menggulingkan Chun Doo-hwan turun dari kekuasaannya dan digantikan oleh Roh Tae-woo, mantan jenderal angkatan darat. Rezim Roh Tae-woo berhasil meliberalisasi sistem politik dan memberantas korupsi di pemerintahan Korea Selatan (History Editors, 2018).

Memasuki tahun 1980-an, Korea Selatan menggeser arah perekonomiannya ke industri teknologi tinggi (*high-tech*) dan industri komputer. Selain itu Korea Selatan juga meningkatkan hubungan bilateralnya dengan Uni Soviet serta Tiongkok. Roh Tae-woo mengakhiri masa jabatannya pada tahun 1993 dan digantikan oleh Presiden terpilih pertama dari kalangan sipil yaitu Kim Young-sam. 6 tahun berikutnya, Seoul resmi terpilih sebagai tuan rumah Olimpiade Musim Panas tahun 1998 (The Academy of Korean Studies, 2005). Di abad 21 atau saat tulisan ini dibuat, Korea Selatan merupakan salah satu negara paling

sejahtera di Asia Timur dengan peringkat ekonomi tepat di belakang Jepang dan Tiongkok.

## **2. Korea Selatan sebagai Sebuah Negara**

Korea Selatan (Republik Korea) adalah satu dari dua negara di dataran Korea yang dipisahkan oleh Semenanjung Korea. Sebagian besar wilayah Korea Selatan adalah wilayah pegunungan, mayoritas penduduknya tinggal di kota. Korea Selatan merupakan rumah bagi lebih dari 50 juta orang dengan Ibu Kota Seoul memiliki populasi terbesar mencapai 25 juta atau setengah dari total populasi Korea Selatan (History Editors, 2018).

Warga negara Korea Selatan menikmati kecepatan koneksi internet tercepat di dunia dengan sistem perawatan kesehatan terbaik nomor dua di dunia. Harapan hidup di Korea Selatan adalah yang tertinggi ketiga di dunia. Ditambah, Korea Selatan adalah negara eksportir terbesar ke-5 sekaligus importir terbesar ke-8 di dunia. Korea Selatan juga dikenal sebagai pemimpin global dalam perkembangan teknologi dan inovasi. Sejak tahun 2014, Korea Selatan dinobatkan sebagai negara paling inovatif di dunia oleh Bloomberg Innovation Index selama 6 tahun berturut-turut. Selain itu, Korea Selatan memiliki budaya pop yang terkenal secara global dan melahirkan fenomena yang disebut sebagai *Hallyu/Korean Wave*/Demam Korea (Service (KOCIS), Korean Culture and Information, 2014).

## **3. Budaya Korea Selatan**

### **a. Budaya Tradisional**

Korea Selatan sejatinya berbagi budaya tradisional dengan Korea Utara, mengingat keduanya dulu pernah menjadi satu identitas. Corak kebudayaan tradisional Korea banyak dipengaruhi oleh kebudayaan Tiongkok dalam berbagai bidang. Dunia barat pun mengenal Korea melalui pedagang-pedagang Arab yang pergi ke Tiongkok lewat jalur sutra. Selama berabad-abad Tiongkok dan Korea saling berakulturasi Budaya, melalui hubungan kedua dataran ini lah terbentuk sistem sosial dan norma yang berdasarkan konfusianisme, buddhisme, dan

taoisme di Korea. Ragam kebudayaan tradisional Korea, didominasi oleh budaya kesenian, mulai dari tari, musik, lukisan, dan kerajinan.

Ada dua macam tarian di Korea, tarian istana dan tarian rakyat. Tarian istana yang umum adalah *jeongjaemu* (정재무)—dipertunjukkan di jamuan makan—dan *ilmu* (일무) yang ditampilkan ketika ritual konfusianisme Korea. *Jeongjaemu* kemudian terbagi lagi menjadi tarian asli/lokal *hyangak jeongjae* (향악정재), dan bentuk tarian yang diimpor dari Asia Tengah serta Tiongkok yaitu *dangak jeongjae* (당악정재). *Ilmu* juga terbagi menjadi dua; yang pertama adalah tarian sipil (문무, *munmu*), dan tarian militer (무무, *mumu*).

Budaya tradisional Korea juga mengenal *taekkyon*, seni bela diri tradisional yang menjadi pusat dari tarian klasik Korea. Pada zaman dulu, ada banyak opera/drama topeng juga tarian topeng yang dilakukan di dataran Korea. Perempuan biasanya mengenakan pakaian tradisional bernama *genja*, pakaian khusus yang dikenakan pada saat festival (Eckersley, 2009).

**Gambar 2.1**  
**Tarian Pedang—*Jinju Geommu* dengan Pakaian Tradisional**  
**Korea**



*Sumber: Caspian Blue, Flickr*

Sama halnya dengan tarian, musik Korea juga terbagi menjadi musik istana dan musik rakyat. Musik rakyat lebih bervariatif dan kompleks, namun semuanya memiliki satu kesamaan yaitu seperangkat irama yang disebut *jangdan* (장단). Musik rakyat Korea yang terkenal adalah *pansori* (판소리), biasanya dibawakan oleh seorang penyanyi dan satu pemain perkusi/drum. Terkadang juga ada narator dan penari untuk menyemarakkan penampilan *pansori* dan mentransformasikannya menjadi opera/drama (Maeil Business Newspaper, 2013).

Selain *pansori*, ada musik tradisional lain seperti *pungmul* yang ditampilkan dengan perkusi/drum, tarian, ataupun nyanyian, lalu *pungmul* dan *sanjo sanjo* yang dimainkan dengan tempo cepat serta *nongak* yang berarti musik petani. Musik

istana biasanya dimainkan dengan penampilan solo atau orkestra dengan berbagai tempo mulai dari lambat hingga cepat. Umumnya musik istana ditampilkan pada saat upacara istana, upacara keagamaan, dan pesta-pesta perayaan besar. Contohnya *jeong-ak* yang khusus dimainkan dilingkungan bangsawan dan kerajaan. Ada juga jenis lain seperti *a-ak*, *dang-ak*, dan *hyang-ak* yang hingga saat ini masih sering dinyanyikan (Maharani, 2013, hal. 22-25).

**Gambar 2.2**  
**Penampilan Pansori di Busan Cultural Center**



*Sumber: Wikipidea*

### **b. Budaya Kontemporer**

Budaya kontemporer Korea Selatan adalah budaya tradisional Korea—ketika Korea Utara dan Korea Selatan masih menyatu—dan budaya yang berkembang pasca kedua wilayah resmi berpisah menjadi negara masing-masing. Sejak akhir Perang Korea, Korea Selatan yang dibantu Amerika Serikat untuk bangkit perlahan-lahan membentuk budaya baru yang lebih modern namun tetap mengakar pada budaya tradisional Korea. Hasilnya, muncul K-pop dan K-drama, dua

budaya kontemporer Korea Selatan yang begitu dikenal di seluruh dunia.

Sejak kemunculan grup Seo Taiji and Boys pada tahun 1992 menandai lahirnya musik populer Korea Selatan yang memasukkan unsur-unsur pop ala Amerika dengan musik rap, rock, dan tekno yang digabungkan dengan tarian modern. Fondasi inilah yang menjadi identitas K-pop hingga sekarang. Kesuksesan film Korea Selatan, *Shiri* (1998) turut serta membentuk arah industri film dan visual Korea Selatan. Kedekatan tokoh, situasi, konflik, pesan yang menyentuh, dan penokohan/karakter yang kuat dalam *Shiri* (1998) menjadi racikan utama film-film sekaligus serial TV/K-drama Korea Selatan selanjutnya. Banyak film-film Korea Selatan K-drama menggunakan resep tersebut untuk mengikat penonton, membuatnya larut dalam cerita, sekaligus tersentuh dengan apa yang ditampilkan. (New World Encyclopedia, 2019)

#### **4. Ekonomi Korea Selatan**

Korea Selatan adalah negara yang sangat maju dan berada di posisi 11 ekonomi terbesar di dunia berdasarkan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai US\$ 33,346.300 pada tahun 2018. Dikenal sebagai Macan Asia, tingkat pengangguran di Korea Selatan hanya 3,4 persen pada tahun 2019. Korea Selatan bersama dengan 11 negara lain diperkirakan akan mendominasi perekonomian global di pertengahan abad ke-21 (Tradings Economics, 2019).

Korea Selatan dapat dikatakan hampir tidak memiliki sumber daya alam yang cukup untuk dieskpor. Kepadatan penduduk di wilayahnya pun turut serta menghalangi pertumbuhan populasi yang dapat berpotensi sebagai konsumen pasar dalam negeri. Akibatnya, negara ini kemudian memfokuskan strategi ekonominya pada ekspor produk teknologi tinggi dan jadi seperti produk kecantikan. Demi menunjang strategi tersebut, Korea Selatan mempersiapkan sumber daya manusianya dengan sangat baik melalui sistem



pendidikan yang sangat ketat. Korea Selatan mencetak angka rata-rata 519 di bidang literasi, matematika, dan ilmu pengetahuan alam, dibandingkan angka 493 milik rata-rata negara lain yang terabung dalam *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD). Di tambah Korea Selatan memiliki tenaga kerja berpendidikan tinggi terbanyak di antara negara-negara OECD. Tidak salah apabila Korea Selatan dikenal sebagai negara yang terobsesi dengan pendidikan dan disebut ‘demam pendidikan’ (Habibi, 2015). Perekonomian Korea Selatan sangat bergantung pada kegiatan ekspor produk jadi seperti elektronik, tekstil, kapal, mobil, baja, dan produk kecantikan sebagai produk ekspor unggulan.

#### **a. Produk-produk Unggulan Korea Selatan**

Sektor ekspor Korea Selatan terdiri dari berbagai macam produk. Adapun produk-produk unggulan Korea Selatan adalah:

##### **1. Kapal**

Pada tahun 1970 sampai dengan 1980-an, Korea Selatan dikenal sebagai salah satu produsen kapal terbaik di dunia. Kapal-kapal tersebut termasuk Kapal Super Tangki Minyak, dan Kapal Pengebor Minyak. Pasca tahun 1980-an, Jepang mulai memasuki persaingan dalam industri kapal. Namun, hingga saat ini nyatanya Korea Selatan menguasai 50,6% pasar pembuatan kapal global (2008). Perusahaan-perusahaan ternama di industri ini antara lain Hyundai Heavy Industries, Samsung Heavy Industries, Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering, dan STX Offshore & Shipbuilding (Global Tenders, t.thn.).

##### **2. Elektronik**

Industri elektronik Korea Selatan tumbuh pesat sejak tahun 1980 dan berkembang secara luar biasa pada awal tahun 2000-an. Dua nama besar di industri ini tidak lain adalah Samsung Electronics dan LG. Keduanya bersama dengan SK Hynix memimpin pertumbuhan industri elektronik di Korea Selatan. 30.5% ekspor Korea Selatan pada tahun 2018 adalah

perangkat elektronik seperti semikonduktor yang diproduksi tiga perusahaan ternama tadi. Selain itu, Samsung Electronics dan LG merupakan produsen ternama pada perangkat seperti televisi, ponsel pintar, monitor, serta komputer (Workman, South Korea's Top 10 Exports, 2019).

### **3. Otomotif/Mobil**

Industri otomotif merupakan salah satu industri ekspor yang mengalami pertumbuhan pada tahun 1980-an. Total investasi pada mobil dan komponen mobil pada tahun 1989 mencapai US\$ 3 milyar. Total produksi (termasuk bus dan truk) pada tahun 1988 mencapai 1,1 juta unit, artinya ada peningkatan sebesar 10,6% dibanding tahun 1987.

Pada tahun 1988 ekspor mobil Korea Selatan berjumlah 576.134 unit dengan 83,3% atau sebanyak 480.119 unit diekspor ke Amerika Serikat. Saat tulisan ini dibuat (2019) Korea Selatan berada pada urutan kelima produsen otomotif dunia. Meskipun dua perusahaan otomotif terbesar Korea Selatan, yaitu Hyundai dan Kia yang sama-sama tergabung dalam Hyundai Automotive Group tidak benar-benar membuat keseluruhan produk jadinya di Korea Selatan. Hanya 40 persen bagian mobil/motor Hyundai yang dibuat di Korea Selatan, begitu juga Kia dengan hanya 60% di buat di Korea Selatan, padahal dulu keduanya bisa mencapai 60% dan 80% produksi lokal. Ekspor produk otomotif mewakili 13,4% total ekspor Korea Selatan pada tahun 2017 (BizVibe, 2018).

### **4. Produk Kecantikan**

Industri produk kecantikan atau produk perawatan tubuh termasuk kosmetik adalah satu industri yang mengalami peningkatan ekspor setelah adanya fenomena *Hallyu*. Pada tahun 2017, Korea Selatan merupakan pasar produk kecantikan terbesar ke-8 di dunia dengan pertumbuhan tahunan sebesar 4,7% dari tahun 2013-2017, mewakili hampir 3% pasar global. Nilai pasar produk kecantikan Korea Selatan diperkirakan mencapai US\$ 8,8 milyar dengan total produksi lokal

meningkat sekitar 3,6% dan ekspor meningkat sebesar 18,3% dibanding tahun 2016 (Export Gov, 2019).

**Tabel 2.1**  
**Nilai Industri Produk Kecantikan Korea Selatan**

|                      | 2014  | 2015  | 2016   | 2017   |
|----------------------|-------|-------|--------|--------|
| Total Ukuran Pasar   | 7665  | 7,640 | 8,129  | 8,799  |
| Total Produksi Lokal | 8,511 | 9,481 | 11,241 | 11,950 |
| Total Ekspor         | 1,893 | 2,929 | 4,192  | 4,372  |

Keterangan: Nilai unit dalam hitungan jutaan dolar Amerika Serikat  
Kurs nilai tukar US\$ 1 = ₩ 1,054 (2014), US\$ 1 = ₩ 1,132 (2015)  
US\$ 1 = ₩ 1,161 (2016) US\$ 1 = ₩ 1,131 (2017)

*Sumber:* Export (2019)

Pada tahun 2018, Korea Selatan berada di posisi ke-4 dalam urusan mengespor produk kecantikan pabrikan lokal dengan total nilai mencapai US\$ 4.9 milyar, menguasai 8.4% ekspor produk kecantikan di seluruh dunia. Nilai ini mengalami kenaikan dari tahun 2017 yang hanya US\$ 4,3 milyar (Workman, Beauty Cosmetics and Skincare Exports by Country, 2019).

Korea Selatan mengalami pertumbuhan industri produk kecantikan yang luar biasa. Terhitung dari tahun 2014, pertumbuhan industri produk kecantikan Korea Selatan mencapai 209%, berada di urutan kedua setelah Jepang yang mengalami pertumbuhan hingga 231.5%. Penghasilan bersih ekspor produk kecantikan Korea Selatan pun tidak kalah luar biasa, merujuk pada Investopedia (2018) yang mendefinisikan

ekspor neto sebagai nilai total ekspor suatu negara dikurangi nilai total impor, maka Korea Selatan mengalami surplus ekspor neto di sektor produk kecantikan sebesar 497.6% pada tahun 2018. (Workman, Beauty Cosmetics and Skincare Exports by Country, 2019).

## **B. Corak Diplomasi Korea Selatan**

### **1. Diplomasi Korea Selatan**

Korea Selatan memiliki hubungan diplomaik dengan 191 negara. Tergabung dalam Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB), dan beberapa kali menjadi tuan rumah pergelaran internasional seperti Olimpiade Musim Panas tahun 1988, Piala Dunia Sepakbola tahun 2002—bersama dengan Jepang—, Kejuaraan Dunia Atletik IAAF tahun 2011, dan Olimpiade Musim Dingin tahun 2018.

Sebagai negara baru yang berdiri dari pemekaran wilayah, tujuan diplomasi Korea Selatan diarahkan untuk menunjukkan kepada dunia bahwa Korea Selatan merupakan negara independen yang memiliki potensi dalam dunia internasional. Sejak awal tahun 1960-an, Korea Selatan memang terkenal sebagai negara yang mengedepankan diplomasi publik meskipun istilah diplomasi publik sendiri baru digunakan pemerintah Korea Selatan secara resmi baru-baru ini pada abad ke-21. Kebudayaan Korea, aktivitas pertukaraan budaya, pertukaran pelajar, dan petukaran atlet olahraga menjadi agenda utama politik luar negeri Korea Selatan. Pada tahun inilah agenda-agenda diplomasi pemerintah seperti *Korea Today*, *Korean Arts and Korean Survey*, dan lain-lain dipublikasikan melalui media-media berbahasa Inggris yang disebarluaskan lewat misi diplomatik diplomat-diplomat Korea Selatan di seluruh dunia (Choi, 2019).

Memasuki tahun 1970-an, dan 1980-an, Korea Selatan mulai fokus membangun perekonomian negara. Hubungan bilateral dan multilateral yang dilakukan pada tahun-tahun ini dimaksudkan untuk memperluas ruang lingkup pasar. Aktivitas diplomasi publik yang dilakukan pun adalah untuk

mempromosikan reputasi perekonomian Korea Selatan dan potensinya. Walaupun pada akhir tahun 1970-an pertukaran budaya dan pertukaran pelajar berperan penting dalam upaya mempertahankan keamanan nasional serta hubungan persahabatan dengan negara lain. Tahun 1980-an menjadi tahun diplomasi olahraga, Korea Selatan menjadi tuan rumah dari Asian Games ke-19 (1986), Olimpiade Musim Panas ke-24 di Seoul (1988). Hasilnya, pada tahun 1987 Kementerian Luar Negeri (*Ministry of Foreign Affairs*) Korea Selatan terbagi menjadi dua divisi, divisi Budaya dan divisi Publikasi (Choi, 2019).

Menyebarnya ‘demam Korea’ pada tahun 2000-an menjadi awal mula Korea Selatan mulai menggunakan istilah diplomasi publik secara resmi. Pada tahun 2010, menandai tahun pertama diplomasi publik Korea Selatan, pemerintah menunjuk Young-Sam Ma sebagai Duta Besar untuk Diplomasi Publik pertama. Sementara itu, Biro Kerja Sama Budaya dalam Kementerian Perdagangan Luar Negeri (*Bureau of Cultural Cooperation in the Ministry of Foreign Affairs and Trade*) berubah nama menjadi Biro Urusan Budaya (*Cultural Affairs Bureau*) (Choi, 2019). Walaupun sudah lama menerapkan diplomasi publik, boleh dibilang fenomena *Hallyu* sukses mengukuhkan corak diplomasi Korea Selatan dengan didirikannya berbagai macam badan atau lembaga yang fokus terhadap urusan-urusan diplomasi publik yang memanfaatkan unsur-unsur kebudayaan.

#### **a. Fenomena *Hallyu* (Hangul: 한류)**

Penyebarluasan nilai-nilai budaya Korea Selatan melalui *hallyu* sudah mulai terlihat sejak tahun 1990-an. *Kick starter*-nya adalah penyebaran Korean Drama (K-drama) dan Korean Pop (K-pop) di Asia Timur, Asia Selatan, dan Asia Tenggara. Pada tahun-tahun ini beberapa K-Drama mulai ditayangkan di stasiun televisi Tiongkok, Jepang, dan negara lainnya di regional Asia. Pada tanggal 19 November tahun 1999, Beijing Youth Daily menerbitkan artikel berjudul “*Zeal of Chinese audiences for Korean TV Dramas and Pop Songs*”, menandai

mulai meningkatnya antusiasme masyarakat regional terhadap budaya Korea Selatan (Kim J.-M. , 2012).

Awal tahun 2000-an, grup *boyband* Korea Selatan H.O.T yang dinaungi oleh S.M. Entertainment menjadi artis K-pop pertama yang melakukan konser di luar negeri, tepatnya di Beijing, Tiongkok. Menyusul kesuksesan K-pop, film *My Sassy Girl* (2001) kemudian menjadi terobosan *box office* industri perfilman Korea Selatan di dunia. Kesuksesan *My Sassy Girl* turut serta melahirkan berbagai *remake* mulai dari serial tv dan adaptasi film tersebut oleh produser-produser dari berbagai negara, termasuk industri film raksasa Hollywood (Kuwahara, 2014, hal. 86).

Pada masa yang sama, *Hallyu* sebenarnya tidak mendominasi pasar sendiri. Ada beberapa serial TV dari Taiwan seperti drama *Meteor Garden* (adaptasi *shojo manga* dengan judul *Boys Over Flowers*), dan *One Litre of Tears* dari Jepang yang turut meraup popularitas regional di negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Kehadiran *Dae Jang Geum* pada tahun 2003 di pertelevisian tanah air lah yang mengawali tumbuhnya ketertarikan penonton Indonesia terhadap serial drama Korea Selatan (Nursyirwan, 2018). Di Industri musik, debut grup *boyband* Korea Selatan, TVXQ (2003), SS501 (2005), dan Super Junior (2005) mewarnai daftar tangga lagu di Asia. Kepopuleran grup *boyband* ini kemudian diteruskan oleh generasi *Hallyu* berikutnya seperti Psy yang viral dengan video klip *Gangnam Style* di *platform* YouTube. Tidak hanya sampai disitu, artis-artis K-pop seperti Big Bang, BTS (*Bangtan Sonyeondan*), Blackpink, Exo, 2NE1, SNSD dan kawan-kawan berhasil memiliki *fandom* dengan anggota luar biasa banyaknya di seluruh Indonesia, termasuk Indonesia (Kuwahara, 2014).

Fenomena *Hallyu* menyebar hampir ke seluruh penjuru dunia. Istilah ini digunakan menggambarkan munculnya ketertarikan banyak orang terhadap budaya Korea Selatan mulai dari bahasa, fesyen, gaya rambut, film, musik, dan segala sesuatunya tentang Korea Selatan. Mulanya fenomena *Hallyu*

terbesar lewat serial K-drama dan film, kemudian kesuksesan tersebut diikuti oleh industri musik Korea Selatan atau K-pop yang memanfaatkan sarana globalisasi untuk memperoleh kepopuleran.

### **Film Korea Selatan**

Pada tahun 1980-an hingga pertengahan tahun 1990-an, industri perfilman dan serial televisi Korea Selatan mengalami periode perubahan yang dianggap penting dalam memajukan film Korea Selatan yang diyakini sebagai gelombang pertama *Hallyu*. Tepatnya tahun 1988, Korea selatan mengizinkan studio Hollywood mendistribusikan film-filmnya ke pasar lokal Korea Selatan (Kim J. K., 2010, hal. 166). Masuknya film Hollywood ke pasar lokal membuat industri perfilman Korea selatan menurun drastis, dari yang tahun 1991 jumlah film hasil produksi studio Korea Selatan mencapai 121 menjadi hanya 63 film pada tahun 1994 dengan lebih dari 10 studio Korea Selatan gulung tikar (Kamarina, 2012).

Keajaiban terjadi pada tahun 1993, tanpa diduga film produksi Korea Selatan berjudul *Sopyanje* meledak di pasaran dan menjadi film pertama Korea Selatan yang mendapat antusiasme tinggi dari masyarakat lokal Film ini kemudian diputar di beberapa teater seni di negara seperti Jepang, Amerika Serikat, serta beberapa negara lain di Eropa. Kesuksesannya memotivasi pemerintah Korea Selatan untuk memanfaatkan film sebagai instrumen diplomasi budaya demi meningkatkan ekonomi negara (Kim M. , 2011).

Kesuksesan tersebut direspon oleh pemerintah Korea Selatan dengan mendirikan Biro Industri Budaya (*Cultural Industry Bureau*) Korea Selatan lalu didirikan pada tahun 1994 di bawah Departemen Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata untuk memfokuskan promosi budaya Korea Selatan melalui berbagai media. Pemerintah Korea Selatan juga mendirikan lembaga *Motion Picture Promotion Law* untuk memikat perusahaan serta investor asing ke dalam industri perfilman Korea Selatan (Kim M. , 2011). Nilai jual film Korea Selatan

sendiri sebenarnya terletak pada keberagaman cerita dan kemasan yang kreatif membuat penonton tidak mudah bosan. Selain itu, kedekatan materi cerita yang dibawakan dengan realitas kehidupan masyarakat Asia Timur membuat film Korea Selatan begitu menyentuh khususnya bagi masyarakat Korea Selatan sendiri. Kecintaan masyarakat Korea Selatan terhadap film lokal tercemin pada jumlah penonton *Shiri* (1998) yang mencapai 5,78 juta orang berhasil mengalahkan film Hollywood *Titanic* dengan jumlah penonton 4,7 juta orang (Maharani, 2013, hal. 27).

Antusiasme masyarakat lokal yang tinggi terhadap film Korea Selatan kemudian berlanjut di abad 21 dengan suksesnya film *My Sassy Girl* (2001) yang menjadi terobosan *box office* industri perfilman Korea Selatan di ranah dunia. Film ini sukses menjadi *franchise* yang diadopsi oleh industri perfilman negara lain seperti Jepang, bahkan industri besar seperti Hollywood. Selain itu ada juga adopsi berupa serial televisi di negara Tiongkok, India, serta Nepal. *My Sassy Girl* (2001) diyakini sebagai pioner *Hallyu* di kancah global (Kuwahara, 2014).

### **K-drama**

Kesuksesan industri serial TV Korea Selatan atau K-drama dimulai pada awal tahun 2000-an. Kemunculan serial TV seperti *Winter Sonata* (2002) mencuri perhatian negara-negara di Asia Timur juga Asia Tenggara. Salah satu negara yang paling terpengaruh oleh K-drama adalah Indonesia. Di Indonesia, kebanyakan penggemar K-drama adalah anak-anak muda atau istilah lokal yaitu ABG alias Anak Baru Gede. Kebanyakan ABG ini didominasi oleh perempuan meskipun penggemar laki-laki juga tidak kalah banyak. Kehadiran *Hallyu* di Indonesia muncul karena penayangan serial-serial TV K-drama di stasiun televisi swasta lokal dari tahun 2002 hingga 2012 (Nugroho, 2014). Dalam kurun waktu tersebut, ada 56 judul serial K-drama yang ditayangkan di stasiun televisi swasta Indonesia, detailnya dapat dilihat pada lampiran Tabel 2.



Tidak hanya itu, peran serta budaya lokal Indonesia di mana masyarakat cenderung mengonsumsi konten visual melalui DVD bajakan juga berpengaruh besar terhadap penyebaran *Hallyu* di Indonesia. Distributor-distributor DVD bajakan ini dapat ditemui di hampir setiap sudut jalanan kota-kota besar maupun kecil di Indonesia, mereka menjual serial-serial K-drama dan film-film Korea Selatan dengan harga murah. Tentu saja pembajakan konten yang terjadi secara masif di Indonesia menyedihkan tapi dibalik itu, keberadaannya berperan besar memikat penggemar budaya Korea Selatan (Nugroho, 2014).

### **K-pop**

K-pop bisa dibilang sebagai media *Hallyu* yang paling berpengaruh selama beberapa tahun terakhir bahkan melebihi film dan K-drama. Sejak tahun 2013, kepopuleran *boyband* dan *girlband* Korea Selatan seperti Shinhwa, Big Bang, SS501, T-Max, Shinee, The Wonder Girls, Super Junior, TVXQ, Rain, 2PM, 2AM, U-Kiss, F(x), MBLAQ, BEAST, SNSD, 4-Minute, KARA, BTS (*Bangtan Sonyeondan*), Blackpink, Exo, 2NE1 dan masih banyak lainnya telah berhasil menyihir masyarakat dunia juga Indonesia.

Perkembangan K-pop sebagian besar dipengaruhi oleh peran *fanbase*-nya yang sangat loyal. *Fanbase* merupakan sebuah wadah atau komunitas bagi penggemar. *Fanbase* K-pop berasal dari seluruh dunia, mereka bergerak di berbagai media dan jejaring sosial untuk bertukar informasi terkait idola mereka. Tidak jarang *fanbase* juga bertemu secara langsung dengan mengadakan *gathering* atau kopi darat untuk berbagi cerita maupun informasi. Di Indonesia sendiri, *fanbase* K-pop banyak yang mengimitasi idola mereka dengan menyanyi ataupun menari di acara-acara yang memang di buat oleh *fanbase* K-pop. Sebagai contoh, Universitas Gadjah Mada setiap tahunnya mengadakan acara Korean Day. Pada acara ini, berbagai macam budaya Korea ditampilkan untuk menghibur pengunjung. Hidangan utama tentu saja adalah penampilan *performer* yang meniru idola K-pop mereka di atas panggung dengan mengenakan busana ala artis-artis K-pop yang

menyanyi dan menari dengan lincahnya, persis seperti idola mereka (Nugroho, 2014).

### **b. Representasi Kulit Cantik dalam Budaya Populer *Hallyu***

Dampak *Hallyu* tidak hanya mempengaruhi persepsi masyarakat global terhadap budaya Korea Selatan. Tapi juga membentuk persepsi baru mengenai kulit cantik versi Korea Selatan. Sudah menjadi rahasia umum bagi para penggemar budaya Korea Selatan bahwa obsesi terhadap kecantikan merupakan hal yang lumrah di Korea Selatan.

Banyak dari artis-artis K-drama dan K-pop melakukan operasi plastik untuk memperindah diri. Selain operasi, artis-artis Korea Selatan juga melakukan perawatan diri dengan berbagai macam produk kecantikan.

**Gambar 2.4**  
Seehun Personil EXO



*Sumber: duckduckgo images*

**Gambar 2.3**  
Jennie Personil Blackpink



*Sumber: duckduckgo images*

Standar kecantikan orang-orang Korea Selatan adalah wajah kecil, kulit putih, hidung mancung, mata besar, kurus, dan tinggi. Penggemar K-pop dan K-drama tergila-gila dengan tampilan serta tubuh idola mereka. Banyak dari penggemar-penggemar tadi melakukan berbagai cara dan upaya untuk mendapatkan tampilan fisik yang serupa idolanya.

Beberapa tahun terakhir orang-orang bahkan menggunakan kata kunci '*K-beauty*' di mesin pencari untuk mencari informasi terkait dengan cantik atau tampan ala Korea Selatan. Michael Hurt (2017), seorang sosiolog visual sekaligus Profesor di Hankuk University of Foreign Studies in Seoul mengatakan "Ada sebuah anggapan—mengapa orang-orang Korea terlihat sangat rupawan? Itu semua karena produk kecantikan Korea Selatan sangat menakjubkan." (Tai, 2017). Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan dengan baik oleh pemerintah Korea Selatan. Standar kecantikan Korea Selatan yang tersebar melalui *Hallyu* membantu perkembangan ekspor produk kecantikan mereka di negara-negara lain, termasuk Indonesia.

Menurut Hurt, produk-produk kecantikan ini tidak hanya digandrungi oleh perempuan, di dunia di mana penampilan menjadi tolak ukur seseorang, maka tidak jarang ditemukan pria yang juga memiliki koleksi produk kecantikan seperti perempuan meskipun jumlahnya tidak sama banyak. Lebih lanjut, Hurt menerangkan "Untuk pria, standarnya adalah: jangan terlalu gemuk, punya potongan rambut yang bagus, koleksi pakaian bagus, dan wajah yang cerah." (Tai, 2017).

## **2. Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia**

Hubungan diplomatik kedua negara pertama kali dibuka secara resmi pada tanggal 17 September 1973. Meskipun sebelumnya kedua negara sudah pernah melakukan kerja sama sejak tahun 1966 (MoFA Republic of Korea, t.thn.). Hubungan bilateral antara keduanya dapat terjalin karena Korea Selatan dan Indonesia sama-sama memiliki visi, nilai, serta keinginan yang sama untuk berkontribusi pada komunitas internasional sebagai kekuatan menengah (*middle powers*).

Korea Selatan mempunyai kedutaan besar di Jakarta dan Indonesia memiliki kedutaan besar di Seoul. Hubungan bilateral kedua negara terjalin diberbagai sektor mulai dari politik, pertahanan, energi, budaya, dan ekonomi.

### **Politik**

Di bidang politik, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 18-19 November 2005 menghadiri *APEC Economic Leaders Meeting* di Busan, Korea Selatan. Lalu, Presiden Korea Selatan, Lee Myung-bak pernah berkunjung ke Indonesia pada tanggal 6-8 Maret 2009. Kunjungan ini juga menandai kunjungan kenegaraan pertama Presiden Lee Myung-bak sejak dilantik menjadi presiden pada bulan Februari 2008. Setahun kemudian, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menghadiri *ASEAN-Republic of Korea Commemorative Summit* di Kepulauan Jeju, Korea Selatan pada tanggal 1-2 Juni 2009 untuk membahas pengintensifan pemasaran produk ekspor Indonesia sekaligus memfasilitasi pengusaha-pengusahaan Indonesia di Korea Selatan agar lebih mudah memasuki pasar.

Marie Elka Pangestu selaku Menteri Perdagangan Indonesia periode Presiden Susilo Bambang Yudhoyono bersama dengan Bachrul Chairi, Kepala Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), dan Gusmardi Bustami, Dijen Kerja sama Perdagangan Internasional pergi ke Busan pada tanggal 30 Mei 2009 untuk meresmikan kantor Indonesia Trade Promotion Center (ITPC).

Di era Presiden Joko Widodo pun, hubungan politik kedua negara terus terjalin. Yang pertama, pada tanggal 11 Desember 2014, Presiden Joko Widodo melakukan pertemuan Presiden Korea Selatan, Park Geun-hye untuk membahas tentang *Joint Commission Meeting* (JCM) yang dilaksanakan pada tahun 2015. Selain itu, Korea Selatan juga menyatakan komitmennya untuk berpartisipasi dalam pembangunan Kesatuan Penjaga Pantai dan Galangan Kapal di Indonesia. Sebaliknya Indonesia menyatakan komitmennya untuk menciptakan perdamaian dan stabilitas kawasan di Semenanjung Korea (Puspitasari, 2018, hal. 51-53). Pada tanggal 9 November tahun 2017, Presiden Korea Selatan, Moon Jae-in berkunjung ke Istana Bogor untuk menemui Presiden Joko Widodo. Indonesia menjadi negara pertama di Asia Tenggara yang dikunjungi oleh Presiden Moon Jae-in sejak menjabat pada bulan Mei 2017. Pertemuan kedua negara dimaksudkan untuk membahas peningkatan kerja sama menjadi *special strategic partnership* (Utama, 2017).

Pada tanggal 9 Oktober 2018, Presiden Joko Widodo bersama dengan Ibu Negara Iriana Jokowi gantian mendapat sambutan kehormatan dari Presiden Moon Jae-in beserta Ibu Negara Korea Selatan Kim Jung-sook sebagai Presiden pertama yang disambut oleh kepala negara Korea Selatan di Istana Changdeok, Seoul. Padahal, biasanya upacara kenegaraan penyambutan kepala negara dilakukan di Istana Kepresidenan Blue House. Bahkan Duta Besar Korea Selatan untuk Indonesia, Kim Chang-beom mengatakan “Ini pertama kali, Presiden Korea Selatan menyambut tamunya di Istana Changdeok. Hal ini juga menunjukkan bahwa kami sangat menghormati Presiden Jokowi” (KumparanNEWS, 2018).

### **Pertahanan**

Korea Selatan dan Indonesia telah berinvestasi dalam berbagai proyek kerja sama pertahanan juga militer seperti pemberantasan korupsi, anti-terorisme, dan penanggulangan kejahatan internasional. Setiap tahun, latihan militer bersama rutin dilakukan masing-masing angkatan darat, angkatan laut, dan angkatan udara kedua negara. Korea Selatan dan Indonesia

pun memiliki proyek pengembangan KFX/IFX alias *Korea/Indonesia Fighter Jet Experimental* selama 10 tahun yang sudah dijalankan sejak tanggal 6 Maret 2009 (Hanifah, 2011).

### **Energi**

Pada tanggal 4 Desember 2006 draf *Agreement between the Government of the Republic of Indonesia and the Government of the Republic of Korea for the Cooperation in the Peaceful Uses of Nuclear Energy* akhir disepakati kedua negara, setelah sebelumnya sejak tahun 1998 kedua negara terlibat pembahasan terkait kerja sama tersebut. Draf ini menjadi landasan bagi kedua negara dalam mengembangkan potensi energi nuklir untuk dikembangkan sebagai pembangkit listrik maupun aplikasi radioaktif isotop di sektor industri pertanian, dan teknologi akselerator (Leonardo, 2019).

### **Budaya**

Di sektor budaya, kedua negara rajin melakukan kegiatan pertukaran budaya dan pertukaran pelajar dengan saling mengunjungi negara satu sama lain. Korea Selatan dan Indonesia meratifikasi perjanjian kerja sama dibidang budaya pada tahun 2000 dan pada tahun 2008, sebagai bentuk tindak lanjut atas kesepakatan tersebut, diadakan Pertemuan Komite Budaya Indonesia-Korea Selatan di Yogyakarta. Korea Selatan sangat aktif menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan kebudayaannya ke masyarakat global. Beberapa ajang promosi budaya tersebut adalah Korea Travel Fair, Hi Seoul, Busan Travel Fair, Busan Film Festival dan lain-lain. Banyak artis-artis K-pop melakukan konser dan tur di Indonesia seperti SMTown Live World Tour III, dan Music Bank World Live Tour. Grup *boyband* asal Indonesia S4 alias Superstar 4 dikirim ke Korea Selatan untuk mendapatkan pelatihan vokal, tari, dan etika sekaligus konser di Korea Selatan di bawah label YS Media Entertainment (Anjaiah, 2013).

## **Ekonomi**

Di bidang ekonomi sendiri, kerja sama kedua negara terus berkembang dari Joint Declaration on Strategis Partnership to Promote Friendship and Cooperation pada tahun 2006, *Indonesia-Korea Joint Task Force on Economic Cooperation* (JTF-EC) pada tahun 2007 yang kemudian direvitalisasi menjadi *Working Level Task Force Meeting* (WLTFM) di tahun 2011, *ASEAN-ROK Free Trade Area* (ASEAN-ROK FTA) pada tahun 2012, hingga Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komprehensif Indonesia-Korea Selatan (*Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*/IK-CEPA) tahun 2019 (Puspitasari, 2018).

Sejak tahun 2014 Korea Selatan telah menjadi rekan dagang terbesar keempat bagi Indonesia sekaligus menjadi penanam modal asing terbesar ketiga di Indonesia dengan nilai investasi mencapai US\$ 1,94 milyar (Anjaiah, 2013). Perusahaan Korea Selatan pun banyak yang beroperasi langsung di Indonesia seperti Miwon (Daesang Corporation), Lotte, Yong Ma, Hankook Tire, Samsung, LG Kia Motors, dan Hyundai. Bagi Korea Selatan, Indonesia merupakan negara tujuan ekspor yang sangat menguntungkan dengan nilai ekspor mencapai US\$ 8.9 milyar (Workman, South Korea's Top Trading Partners, 2019).

### **a. Komoditas Ekspor Impor Korea Selatan-Indonesia tahun 2012-2018**

Neraca perdagangan Ekspor Impor Korea Selatan-Indonesia dari tahun 2012-2018 secara garis besar dapat dikatakan menurun meskipun sempat ada periode kenaikan pada tahun 2017 yang pada akhirnya kembali turun lagi di tahun 2018. Lebih jelasnya perhatikan tabel di bawah:

**Tabel 2.2**  
**Perkembangan Ekspor dan Impor Korea Selatan-Indonesia**

(Juta US\$, % peningkatan dari tahun sebelumnya)

|                     | 2012               | 2013               | 2014              | 2015              | 2016              | 2017             | 2018             |
|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| Ekspor ke Indonesia | 13,955<br>(2.9%)   | 11,568<br>(-17.1%) | 11,417<br>(-1.3%) | 7,872<br>(-30.7%) | 6,603<br>(-16.1%) | 8,404<br>(27.2%) | 4,513<br>(14.5%) |
| Impor ke Indonesia  | 15,676<br>(- 8.9%) | 13,190<br>(-15.9%) | 12,271<br>(-7.0%) | 8,850<br>(-27.8%) | 8,281<br>(-6.4%)  | 9,571<br>(15.5%) | 5,331<br>(10.1%) |
| Neraca Perdagangan  | △1,721             | △1,608             | △ 854             | △ 978             | △1,678            | △1,167           | △ 818            |
| Total               | 29,631             | 24,744             | 23,688            | 16,722            | 14,884            | 17,974           | 9,844            |

Sumber: Perdagangan dan Investasi Korea Selatan-Indonesia  
[http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2718/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2718/contents.do)

**Tabel 2.3**  
**Nilai Investasi Korea Selatan ke Indonesia**

(Juta US\$, berdasarkan laporan)

|      | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016  | 2017    | 2018    |
|------|---------|---------|---------|---------|-------|---------|---------|
| Nlai | 1,218.7 | 1,946.4 | 2,205.5 | 1,126.5 | 1,213 | 1,065.8 | 2,024.6 |

Sumber: Perdagangan dan Investasi Korea Selatan-Indonesia  
[http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2718/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2718/contents.do)

**Tabel 2.4**  
**Investasi Korea Selatan ke Indonesia per Sektor**

(Miliar US\$)

|      | Produksi | Tambang | Keuangan<br>Asuransi | Grosir<br>Retail | Pertanian<br>Perhutanan<br>Perikanan |
|------|----------|---------|----------------------|------------------|--------------------------------------|
| Nlai | 7.6      | 3.0     | 1.4                  | 0.67             | 0.64                                 |
| %    | 50.5     | 19.8    | 9.3                  | 4.5              | 4.2                                  |

Sumber: Perdagangan dan Investasi Korea Selatan-Indonesia  
[http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2718/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2718/contents.do)



## **b. Permasalahan Ekspor Produk Korea Selatan ke Indonesia**

Permasalahan ekspor produk Korea Selatan ke Indonesia tidak terlepas dari permasalahan impor Indonesia itu sendiri. Pemerintah seringkali melakukan manuver tiba-tiba dalam perdagangan antar negara. Salah satunya adalah kenaikan bea masuk terhadap produk-produk tertentu; suku cadang, lemari es, printer, elektronik, dan lain-lain sebesar 5% pada bulan Januari 2011. Padahal sebelumnya pengumuman resmi dari pemerintah Indonesia pada bulan Desember 2010 menyatakan hanya akan menaikkan bea masuk untuk printer. Kenaikan bea tersebut jelas merusak operasi kerja sama antar negara (Japan Business Council for Trade and Investment Facilitation, t.thn.).

Pada tanggal 19 Maret 2013, Komite Anti Dumping Indonesia (Kadi), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menerbitkan bea anti-dumping pada *cold rolled coil* (CRC/S) yaitu lembaran baja yang diimpor dari Jepang, Korea Selatan, Vietnam, dan Taiwan. Lalu, prosedur perizinan ekspor ke Indonesia pun terbilang tidak praktis dan sering mengalami penundaan/*delay*. Contohnya, untuk mengurus dokumen impor diperlukan berbagai macam persyaratan yang bervariasi tergantung pejabat yang bertanggung jawab terhadap pabean; diperlukan satu sampai dua bulan untuk menyelesaikan bea cukai kargo yang dikirim melalui laut, hal ini jelas menghambat operasi bisnis; ketidakpastian waktu pengurusan bea cukai membuat jadwal produk dipabrik terganggu; bahkan beberapa kali terjadi penundaan bea cukai justru akibat tidak adanya petugas bea cukai yang mengurusinya (Japan Business Council for Trade and Investment Facilitation, t.thn.).

Khusus produk kecantikan, proses impornya pun tidak mudah karena produk yang diimpor ke Indonesia pertama-tama harus terdaftar terlebih dahulu di BPOM atau tidak, ditambah adanya kemungkinan terkena *red line*. Istilah *red line* digunakan untuk menggambarkan kondisi barang borongan UKM yang ditahan oleh petugas bea cukai. Itulah sebabnya produk-produk kecantikan asal Korea Selatan yang belum resmi

beredar kesulitan menembus pasar Indonesia. Merek dari perusahaan asing apabila ingin masuk ke pasar Indonesia terlebih dahulu harus mengurus perizinan yang tidak mudah. Perusahaan yang dianggap sebagai milik asing di Indonesia atau Perseroan Terbatas Penanaman Modal Asing (PT PMA) sendiri memiliki batasan terhadap kepemilikan asing yang itu dibatasi dan diatur tergantung klasifikasi bisnis. Batasan-batasan ini kemudian menyebabkan sulitnya perusahaan produk kecantikan asal Korea Selatan masuk ke pasar Indonesia (Brilio, 2018).

Oleh karena itu, tidak heran pada periode 2012-2016, nilai perdagangan Indonesia-Korea Selatan mengalami tren penurunan. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2016) mencatat total perdagangan kedua negara turun sebesar 49,36% (menjadi US\$ 13,68 miliar) dari tahun 2012 yang mencapai US\$ 27,02 miliar. Nilai impor Indonesia dari Korea Selatan menyusut hingga 44,24% dibanding tahun 2012. Begitu pula nilai investasi asing Korea Selatan ke Indonesia pada periode 2013-2016 yang mengalami penurunan sebesar 51% pada tahun 2016 (Databoks, 2017).