

BAB IV

KESIMPULAN

Korea Selatan mengukuhkan posisinya sebagai negara industri yang paling menonjol selama beberapa dekade terakhir dengan kesuksesannya mengeksport produk kecantikan dalam negeri ke berbagai negara di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Kesuksesan tersebut tidak lepas dari upaya diplomasi yang digunakan Korea Selatan; upaya Diplomasi Budaya dan Diplomasi Ekonomi. Diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Hallyu* tidak hanya sukses membangun ekonomi negara Asia Timur tersebut dalam waktu singkat, tapi juga berhasil mengubah persepsi negara-negara yang terkena dampaknya.

Tampil cantik ala Korea Selatan menjadi impian kawula muda di Indonesia. Kiblat kecantikan pun seolah-olah berpindah ke Korea Selatan hingga produk-produk kecantikan asal Korea Selatan yang menawarkan hasil *dewy finish* sudah pasti dijamin laku keras di pasaran. Persepsi ini tentu tidak muncul begitu saja, ada proses panjang yang dilakukan pemerintah Korea Selatan mulai dari membuat undang-undang yang pro terhadap budaya Korea Selatan, menyusun Rancangan Lima Tahun Promosi Budaya dan Seni Korea Selatan, mendirikan KMPPC serta *Korea Culture and Arts Foundation* untuk bersinergi mendukung kiprah film, K-drama, dan artis-artis K-pop tidak hanya di kancah domestik namun juga internasional.

Keberhasilan diplomasi budaya Korea Selatan membuat produk-produk asal Korea Selatan mendapat *brand awareness* yang tinggi dari rakyat Indonesia. Masyarakat begitu akrab dengan merek-merek seperti Etude House, Nature Republic, dan Innisfree. Kemudian, demi mengukuhkan apa yang sudah dibangun lewat diplomasi budaya, Korea Selatan mengencarkan diplomasi ekonominya terhadap Indonesia.

Terhitung dari tahun 2014-2019, Korea Selatan rajin meningkatkan kerja sama ekonominya dengan Indonesia. Pada tahun 2007, *Indonesia-Korea Joint Task Force on Economic Cooperation* (JTF-EC) dibentuk yang lalu direvitalisasi menjadi *Working Level Task Force Meeting* (WLTFM) di tahun 2011, hingga menjadi *ASEAN-ROK Free Trade Area* (ASEAN-ROK FTA) pada tahun 2012. Wadah kerja sama tadi menjadi cikal bakal dirundingkannya Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komprehensif Indonesia-Korea Selatan (*Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*/IK-CEPA). Perundingan dilakukan dari tahun 2014-2019. Pada prosesnya, Korea Selatan kembali memanfaatkan diplomasi budayanya melaluinya penyambutan Presiden Joko Widodo dan Ibu Negara Iriana Jokowi yang dilakukan di Istana Changdeok. Istana yang lebih dikenal sebagai salah satu tempat syuting di K-drama *Dae Jang Geum* (2013) dari pada sebagai istana kenegaraan untuk menyambut kepala negara.

Langkah Presiden Moon Jae-in melakukan penyambutan di Istana Changdeok diakui beliau sebagai bentuk penghormatan terhadap Indonesia. Namun, lebih dari itu penyambutan di Istana Changdeok bisa berarti Korea Selatan ingin merampungkan diplomasi perundingan IK-CEPA secepat mungkin agar aktivitas ekonomi antara Korea Selatan dan Indonesia bisa meningkat. IK-CEPA berarti ekspor produk kecantikan Korea Selatan ke Indonesia dapat berjalan lancar dengan hambatan yang minim.

Akhir kata, Korea Selatan menjadi bukti bahwa unsur-unsur kebudayaan seperti film, K-drama, dan K-pop dapat menjadi senjata ampuh untuk meningkatkan daya tarik produk dalam negeri di negara lain. Tentu saja pemerintah pun harus bersinergi dengan keuntungan tersebut dengan membuat kebijakan-kebijakan ekonomi yang tepat.