

KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN *SOFT POWER* DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREAN SELATAN DI INDONESIA¹

Beatrix E.D. Sendow², Michael Mamentu³, F.R.D Rengkung⁴
*Program Studi Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial
dan Politik,
Universitas Sam Ratulangi, Manado
Email: beatrixsendow@yahoo.com*

ABSTRAK

Korean Wave atau Hallyu merupakan penyebaran budaya populer dan hiburan Korea yang mulai tersebar pada pertengahan tahun 1990an yang akhirnya menjadi salah satu soft power diplomasi kebudayaan Korea Selatan dan masih terus bertransformasi hingga saat ini. Kesuksesan Korean Wave saat ini tidak lepas dari dukungan pemerintahnya yang memberikan dukungan penuh terhadap peningkatan Korean Wave. Saat ini dimana pemerintah Korea Selatan sangat gencar meningkatkan dan menyebarkan Korean Wave di belahan dunia termasuk di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana sejarah terbentuknya Korean Wave sebagai instrument soft power diplomasi kebudayaan Korea Selatan dan bagaimana Penerapan Korean Wave sebagai Instrument Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia serta mengetahui dan menjelaskan apa pengaruh Korean Wave sebagai instrument soft power diplomasi kebudayaan dalam membangun citra Korea Selatan di Indonesia. Untuk itu metode yang digunakan dalam penelitian ini berbasis dokumen serta berbasis internet melalui buku, jurnal, dokumen, artikel, koran online, maupun laporan penelitian dari penelitian terdahulu. Dalam menganalisa data digunakan analisis kualitatif dimana dari data yang didapat disusun berdasarkan fakta-fakta yang ada kemudian mengkorelasikannya satu sama lain untuk melihat bagaimana penerapan Korean wave di Indonesia yang dijalankan oleh pemerintah Korea Selatan dan di dukung oleh para pelaku bisnis industri ,media serta masyarakat secara umum serta pengaruh yang ditimbulkan terhadap citra Korea Selatan di Indonesia untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa melalui kepopuleran Korean Wave pemerintah Korea Selatan dapat mengelola dan memanfaatkan budaya Korean Wave menjadi soft diplomasi Korea Selatan sehingga dapat memperkuat posisinya dan meningkatkan citra Korea selatan di Indonesia bahkan di belahan bumi lainnya.

Kata Kunci: Korean Wave; Soft Power; Diplomasi Kebudayaan.

ABSTRACT

Korean Wave or Hallyu is the spread of popular culture and entertainment in Korea which began to spread in the mid-1990s which eventually became one of South

¹ Merupakan skripsi penulis

² Penulis, mahasiswa Program Studi Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT

³ Staf pengajar FISIP UNSRAT, selaku pembimbing 1 bagi penulis dalam menulis skripsi

⁴ Staf pengajar FISIP UNSRAT, selaku pembimbing 2 bagi penulis dalam menulis skripsi

Korea's soft power cultural diplomacy and still continues to transform today. The success of the Korean Wave is currently inseparable from the support of the government which provides full support for the improvement of the Korean Wave. At present, the South Korean government is intensely increasing and spreading Korean Wave in parts of the world, including in Indonesia. This research was conducted to find out and explain how the history of the Korean Wave was formed as a soft power instrument of South Korean cultural diplomacy and how to apply the Korean Wave as a South Korean Cultural Diplomacy Soft Instrument in Indonesia and to know and explain what Korean Wave influences as a soft power instrument in cultural diplomacy build the image of South Korea in Indonesia. For this reason the method used in this study is document-based and internet-based through books, journals, documents, articles, online newspapers, and research reports from previous studies. In analyzing the data, qualitative analysis is used where the data obtained is compiled based on the facts and then correlates with each other to see how the application of the Korean wave in Indonesia is run by the South Korean government and is supported by industrial, media and community businesses. general as well as the influence that has been made on the image of South Korea in Indonesia to draw a conclusion. From the data obtained shows that through the popularity of the Korean Wave the South Korean government can manage and utilize the Korean Wave culture into South Korea's soft diplomacy so that it can strengthen its position and enhance the image of South Korea in Indonesia even in the other hemisphere.

Keywords: Korean Wave; Soft Power; Cultural Diplomacy.

PENDAHULUAN

Diplomasi merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan kepentingan nasional suatu Negara. Melalui diplomasi sebuah negara dapat membangun citra tentang dirinya. Dalam hubungan antar negara, pada umumnya diplomasi dilakukan sejak tingkat paling awal sebuah negara hendak melakukan hubungan bilateral dengan negara lain hingga keduanya mengembangkan hubungan selanjutnya. Munculnya *Soft Power* sebagai salah satu bentuk *Power* selain *Hard Power* dalam kegiatan hubungan internasional membawa implikasi pada pelaksanaan diplomasi. *Soft power* menjadi tool utama diplomasi masa kini yang disebut *soft diplomacy*. Maka dari itu, platform politik luar negeri dilakukan melalui *soft diplomacy*, seperti apa yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui budaya *Korean Wave* (Facts About Korea. 2018 Edition). *Korean Wave* atau biasa disebut dengan *Hallyu* merupakan nama yang diberikan oleh media China untuk menandakan kepopuleran budaya Korea di Cina pada akhir tahun 1990-an. pada awalnya kepopuleran tersebut diakibatkan oleh penayangan salah satu drama Korea di China yang berjudul *What Is Love* yang ternyata mendapat sambutan yang baik dari masyarakat China serta meraih rating yang tinggi dalam sejarah pertelevisian di China pada saat itu. Di Indonesia sendiri istilah *Korean Wave* mulai dikenal setelah penayangan serial drama seperti *Endless Love* pada tahun 2002. (Inakos, 2013:20).

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan Budaya Populer Korea Selatan yang disambut baik oleh berbagai kalangan diberbagai Negara hal tersebut menjadi salah satu fokus utama arah perpolitikan pemerintah Korea Selatan. Diplomasi budaya menggunakan *Korean Wave* sebagai instrument *soft power* Korea Selatan merupakan suatu bentuk diplomasi yang efektif dalam menyebarkan pengaruh dalam dunia internasional. Kesuksesan dari penyebaran *Korean wave* juga terbukti melalui data

terakhir yang diperoleh dari Global *Hallyu* Data pada tahun 2016 terdapat 1493 *fanclub* dari 86 negara dengan anggota sebanyak 35,59 juta orang. Dampak *Hallyu* pada peningkatan ekonomi dan pelaksanaan politik luar negeri Korea, merupakan dua contoh dari beberapa kriteria yang digunakan untuk menilai efektivitas suatu diplomasi kebudayaan. Disamping itu meningkatnya *image building* dan *nation branding* Korea sesuai dengan tujuan dari kebijakan-kebijakan luar negeri yang pertama kali dicetuskan oleh pemerintah Korea yang dimulai pada masa pemerintahan Kim Dae Jung yang menyebut dirinya sebagai "*President of Cultere*" dengan mengesahkan *the basic law for the cultural industry promotion* melalui alokasi dana sebesar 148.5 juta Dolar Amerika untuk proyek industri.

Keberhasilan dari kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan Kim Dae Jung melalui alokasi dana untuk proyek industri dapat kita lihat saat ini, dimana banyak orang yang mulai mengubah pemikiran mereka lebih Korea-sentris, mereka mulai mencontoh gaya hidup orang-orang Korea, seperti mulai mengkonsumsi produk-produk Korea. Sebagai contohnya, selama beberapa periode, barang-barang yang ada dipasaran dikuasai oleh produk asal negara china tetapi, perlahan meskipun dengan harga yang lebih mahal, produk-produk Korea mulai merebak dipasar. Mulai dari barang elektronik, kosmetik, pakaian dan lain-lainnya. Dalam daftar yang dikeluarkan oleh *U.S News and World Report* pada tahun 2017, Korea Selatan masuk dalam daftar 50 Negara Terbaik di Dunia serta menurut daftar *The Soft Power 30, A Global Ranking of Soft Power* yang dikeluarkan oleh *Portland USC Center on Public Diplomacy*, Korea Selatan menempati urutan ke-20 sebagai Negara dengan indeks *soft power* terbesar di Dunia, saat ini Korea Selatan menjadi pusat perhatian dunia, tidak hanya karena tingkat perekonomiannya yang tinggi akan tetapi dikarenakan oleh perkembangan kebudayaan Korea Selatan yang mampu menyedot perhatian dunia melalui *Korean Wave* atau biasa disebut dengan *Hallyu*. Hal ini membuktikan keberhasilan Korea Selatan dalam menerapkan ide *soft power* diplomasi mereka melalui *Korean Wave* atau *Hallyu*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana sejarah terbentuknya *Korean Wave* sebagai instrument *soft power* diplomasi kebudayaan Korea Selatan, dan mengetahui dan menjelaskan bagaimana penerapan *Korean Wave* sebagai instrument *Soft Power* diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia serta mengetahui dan menjelaskan apa pengaruh *Korean Wave* sebagai instrument *Soft Power* diplomasi kebudayaan dalam membangun citra Korea Selatan di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Diplomasi

Diplomasi sebagai alat utama dalam pencapaian kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional. Suatu negara untuk dapat mencapai tujuan dan diplomatiknya dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Menurut Kautilya, yaitu dalam bukunya *Kautilya's concept of diplomacy : a new interpretation* bahwa tujuan utama diplomasi yaitu pengamanan kepentingan negara sendiri. Dapat dikatakan bahwa tujuan diplomasi merupakan penjaminan keuntungan maksimum negara sendiri. Selain itu juga terdapat kepentingan lainnya, seperti ekonomi, perdagangan dan kepentingan komersial, perlindungan warga negara yang berada di negara lain, pengembangan budaya dan ideologi, peningkatan prestise bersahabat dengan negara lain, dan lain-lain.

Konsep Soft Power

Power merupakan hal yang penting di dunia internasional. Dengan memiliki *power*, sebuah negara bisa mendapatkan hasil yang diinginkannya. Joseph Nye (2004) menjelaskan *power* sebagai “*the ability to influence the behaviour of others to get the outcomes one wants*”. Lebih lanjut, Nye menjelaskan bahwa *power* tidak hanya berupa perintah dan paksaan. *Power* lebih dapat dirasakan ketika kita dapat membuat pihak lain melakukan hal yang tidak diinginkannya jika tidak mendapat pengaruh dari kita. *Power* lebih dikenal dengan adanya perintah dan paksaan dari suatu pihak ke pihak lain, agar pihak pertama mendapatkan hasil yang diinginkannya. Adanya perintah dan paksaan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan disebut dengan *hard power*. *Hard power* berkaitan erat dengan “*inducements (“carrots”) or threats (“sticks”)*” (Nye, 2004, 5). *Carrot* adalah imbalan, dan *stick* adalah ancaman. Dengan menggunakan *hard power*, kita mendapatkan keinginan kita dengan mengiming-imingi pihak lain dengan suatu imbalan jika melakukan hal yang kita inginkan, atau mengancam pihak lain tersebut jika mereka tidak mau melakukan hal yang dapat membantu kita mendapatkan hal yang kita inginkan. Untuk mendapatkan keinginannya, suatu negara dapat memberikan imbalan, misalnya bantuan ekonomi, atau melancarkan ancaman, misalnya mengancam akan melakukan embargo ekonomi atau serangan militer.

Namun, Nye menjelaskan bahwa ada cara lain untuk mempraktekan *power* selain dengan memerintah, memberi imbalan, dan memaksa, yaitu dengan memikat (*attraction*). Dengan ‘menebarkan pesona’, kita dapat membuat orang lain membenarkan pandangan kita dan akhirnya setuju dengan pendapat kita. Jika pihak lain setuju, maka kita dapat mendapatkan apa yang kita inginkan tanpa harus memerintah ataupun memaksanya. Kemampuan untuk memikat pihak lain ini disebut *Soft Power* oleh Nye. Nye mendefinisikan *soft power* sebagai “*the ability to get what you want through attraction rather than through coercion or payments*” (Nye, 2004, 10). *Soft power* berdasarkan pada kemampuan membentuk preferensi orang lain (Nye, 2004). Dalam membuat keputusan, kita harus membuat peraturan yang ramah dan menarik sehingga masyarakat mau membantu kita untuk mencapai tujuan bersama. Dalam pelaksanaannya *soft diplomacy* dengan menggunakan aplikasi *soft power* cenderung dianggap efektif dan efisien karena tidak mengeluarkan biaya yang besar dan tidak memakan korban. Dengan adanya perubahan pandangan terhadap aktor hubungan internasional, berbagai aktor non-negara mulai dilibatkan dalam pelaksanaan *soft diplomacy*. Sehingga dapat dikatakan, *soft diplomacy* adalah contoh konkret penerapan instrument selain tekanan politik, ekonomi dan militer yaitu dengan mengedepankan unsur budaya dalam kegiatan diplomasi yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan oleh Korea Selatan melalui budaya *Hallyu*. Perkembangan produk tayangan drama tv, musik, dan film yang sangat pesat dialami oleh industri budaya Korea mampu membangun citra positif terhadap Korea serta mendukung meningkatkan posisi Korea di kancah internasional, menjadikan *Hallyu* sebagai fenomena yang sangat menarik dalam pelaksanaan *soft diplomacy* Korea.

Konsep Dipomasi Kebudayaan

Diplomasi adalah salah satu alat yang dipakai oleh pemerintah dalam merealisasikan kebijakan luar negerinya. Dalam buku yang berjudul *Diplomasi* karangan S.L. Roy, Ivo D. Duchacek mengatakan bahwa

“diplomasi adalah praktek pelaksanaan dari politik luar negeri suatu negara dengan cara negoisasi dengan negara lain.”

Diplomasi merupakan gabungan antara ilmu dan seni perundingan atau cara yang dilakukan dalam menyampaikan pesan melalui jalan perundingan agar tujuan

kepentingan negara terkait bidang perdagangan, ekonomi, politik, budaya, social militer, pertahanan, dan kepentingan-kepentingan lainnya di ranah internasional dapat dicapai. Inti dari diplomasi sendiri adalah adanya kesediaan dalam memberi dan menerima agar saling pengertian dapat tercapai, baik itu antara dua negara (bilateral) atau tiga negara (trilateral), dan/atau beberapa negara (multilateral). Salah satu aspek diplomasi adalah persuasi yaitu suatu upaya untuk terus mengusahakan dilakukannya negosiasi dan membujuk (mempengaruhi masyarakat untuk mendukung tujuan yang ingin dicapai). Maksud dari persuasi itu sendiri adalah untuk membahas suatu usul dengan pihak lain dan mendapatkan tanggapan yang menguntungkan tanpa harus mengajukan kemungkinan diberikannya imbalan dan hukuman. Salah satu cara negara melakukan hubungan dengan negara lain adalah dengan pertukaran atau ekspor kebudayaan. Kebudayaan adalah konsep yang paling utama di dalam ilmu antropologi yang mempelajari semua aspek hidup manusia, masa lampau dan kini. Kata *culture* diambil dari bahasa latin *cultura* yang sepadan dengan makna cultivation yang menyatakan hubungan spesifik antara manusia dengan alam. Pakar antropologi biasanya menggunakan istilah kebudayaan untuk mengacu pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang cukup besar atau semua orang-orang yang tinggal atau hidup dan berpikir dengan cara yang sama. Sedangkan, kelompok orang yang memiliki kebudayaan yang sama dan khususnya tentang aturan umum perilaku dan bentuk dasar organisasi sosial didefinisikan sebagai suatu masyarakat atau *society*.

Sedangkan menurut Selo Soemarjan dan Soelaeman Seomardi, pengertian dari kebudayaan 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 diabadikan untuk kehidupan masyarakat".

Sehingga apabila pengertian diatas disatukan, akan didapat gambaran diplomasi kebudayaan adalah diplomasi yang menggunakan aspek dari kebudayaan dalam mencapai kepentingan nasionalnya di lingkungan internasional. Selain itu, diplomasi kebudayaan juga dapat digunakan sebagai alat untuk memperlihatkan tingkatan peradaban dari suatu bangsa. Sedangkan pengertian lain diplomasi kebudayaan adalah suatu cara yang memanfaatkan dimensi kekayaan yang dimiliki dalam hubungan antar bangsa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode berbasis dokumen (*document based research*) dan metode berbasis internet (*internet based methods*). (Bakry 2017:171) dokumen yang dimaksud ialah dokumen primer dan dokumen sekunder. Dimana pengumpulan data dengan menggunakan metode berbasis dokumen melalui studi perpustakaan pada beberapa buku yang ada di perpustakaan Korean Cultural Center serta wawancara dengan beberapa penggemar Korea yang ada dikota Manado, selain itu penulis juga menggunakan Metode berbasis internet. Metode berbasis internet (*internet based methods*) merupakan metode yang dapat dioptimalkan untuk mengumpulkan data ataupun informasi yang berkaitan dengan topik penelitian. metode ini dilakukan dengan mencari beberapa informasi yang ada di internet seperti jurnal online, artikel, koran online serta laporan penelitian terdahulu. Informasi-informasi

tersebut didapat dengan menggunakan beberapa kata kunci contohnya, *Korean wave*, *Korea Selatan*, *Hallyu*, *Korean culture*, *Korea Selatan-Indonesia*. Proses analisis data dimulai dengan menelaah data yang diperoleh dari berbagai sumber, yaitu data dari buku, jurnal, dokumen, artikel, koran online, maupun laporan penelitian dari penelitian terdahulu. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis data kualitatif. Dimana dari data yang didapat disusun berdasarkan fakta-fakta yang ada kemudian dikorelasikan satu sama lain untuk melihat bagaimana penerapan Korean wave di Indonesia yang dijalankan oleh pemerintah Korea Selatan dan di dukung oleh para pelaku bisnis industry, media serta masyarakat secara umum serta pengaruh yang ditimbulkan terhadap citra Korea Selatan di Indonesia untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Teknik analisis yang dilakukan secara kualitatif ini juga bertujuan untuk membuat penjelasan secara sistematis dan faktual dari hasil yang telah diteliti melalui telaah pustaka, observasi dan wawancara dengan para penggemar Korea untuk mendalami permasalahan yang diteliti.

PEMBAHASAN

Korea Selatan adalah negara yang terletak di semenanjung Korea, Asia Timur. Semenanjung Korea yang sebelumnya merupakan wilayah untuk satu negara yaitu negara Korea yang saat ini terpisah menjadi dua negara (Korea Selatan dan Korea Utara) karena perang saudara. Korea Selatan membentuk negara tersendiri dan menamakannya sebagai Republik Korea (Republik of Korea) pada tahun 1948. Korea Selatan menganut sistem pemerintahan republik presidensial. Berdasarkan sistem presidensial yang dianut oleh Korea Selatan ini, kepala negara dijabat oleh seorang presiden yang dipilih oleh rakyat berdasarkan hasil pemilihan umum untuk masa jabatan 5 tahun. Sedangkan kepala pemerintahannya yang dipimpin oleh seorang Perdana Menteri yang ditunjuk oleh presiden.

Luas wilayah Korea Selatan yang sebesar 99,720km² ini berada di antara 124°BT- 130°BT dan 33°LU- 39°LU. Secara geografis, Korea Selatan berbatasan darat dengan Korea Utara disebelah utaranya sedangkan sebelah timur, selatan dan barat dikelilingi oleh laut. Di sebelah barat dan selatan adalah Laut Kuning dan sebelah barat adalah laut Jepang sedangkan di sebelah tenggaranya adalah selat Korea yang berbatasan dengan Jepang. Korea Selatan memiliki jumlah penduduk sebanyak 51,418,097 jiwa dengan bahasa resminya adalah bahasa Korea. Agama Kristen (Katolik, Protestan) dan Agama Buddha merupakan agama mayoritas di negara tersebut namun sebagian besar penduduk Korea Selatan memilih untuk tidak beragama atau atheisme. Korea Selatan merupakan salah satu negara dengan angka kelahiran terendah di dunia yaitu sekitar 8,3 bayi per 1000 penduduk Korea Selatan. Di bidang perekonomian, Korea Selatan yang termasuk sebagai negara maju di dunia ini memiliki pendapatan domestik bruto (PDB) yang tinggi yaitu menduduki urutan ke-14 (tahun 2017) dengan nilai sebesar US\$. 2.035 triliun sedangkan pendapatan perkapita Korea Selatan adalah US\$. 39,500,-. Industri-industri yang menjadi tulang punggung perekonomian Korea Selatan diantaranya seperti produk Elektronik, Telekomunikasi, Otomotif, kimia, perkapalan dan industri baja. Merek-merek terkenal yang sering kita dengar seperti Samsung, LG, Hyundai, KIA, Daewoo dan Lotte adalah berasal dari Korea Selatan serta kegiatan ekspor budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan.

Di Hubungan Luar Negeri, Korea Selatan adalah anggota PBB dan lembaga-lembaga PBB lainnya. Ban Ki-moon yang sebelumnya merupakan Menteri Luar Negara Korea Selatan pernah menjabat sebagai Sekretaris Jenderal PBB selama dua periode

yaitu dari 1 Januari 2007 – 31 Desember 2016. Selain sebagai anggota PBB, Korea Selatan juga berperan aktif dalam organisasi internasional seperti G-20, OECD, APEC dan Konferensi Tinggi Asia Timur.

Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan

• Sejarah Korean Wave

Istilah *Korean Wave* pertama kali diungkapkan oleh jurnalis China pada pertengahan tahun 1990-an dengan menyebutnya sebagai *Hanliu* dalam bahasa Mandarin sementara di Korea dikenal sebagai *Hallyu*. Sejak saat itulah ditandai sebagai awal munculnya *Hallyu* atau lebih dikenal sebagai *Korean Wave* oleh masyarakat Internasional. Kepopuleran *Korean Wave* dimulai pada saat China mulai menayangkan drama Korea, yaitu *What is Love* di salah satu stasiun TV Cina, *China Central Television Station* (CCTV) pada sekitar tahun 1997. Drama pertama Korea yang ditayangkan ini mendapatkan respon yang sangat baik, dan diputarkan kembali pada tahun 1998 dan berada ditingkat tertinggi kedua dalam sejarah perfilman di China. Vietnam juga merupakan salah satu negara pertama di Asia Tenggara yang mengalami kepopuleran budaya populer Korea.

Berbeda dengan China dan Vietnam, kepopuleran *Korean Wave* di Indonesia diawali setelah Indonesia melakukan liberalisasi media pada tahun 1990an dengan masuknya serial drama Korea di stasiun Tv Indosiar pada tahun 2002 yakni serial drama *Winter Sonata* dan langsung mendapat tanggapan baik dari masyarakat lalu diikuti dengan penayangan *Endless Love*. Sejak saat itu, Korea Selatan muncul sebagai pusat dalam produksi kebudayaan pop transnasional yang baru. Tidak ada yang menyangka kalau Korea Selatan akan berhasil mengekspor budaya pop-nya sebesar dan segegar seperti halnya yang terjadi dengan budaya Jepang yang terlebih dulu menyerbu Asia pada tahun 1990-an.

Di awal-awal tahun 1990an, sebelum terkenal sebagai *Korean Wave*, budaya *Korean Wave* ini sempat tidak menarik sama sekali dan bahkan tidak masuk dalam kapasitas eksport untuk film seperti dari Taiwan, Hong Kong, China dan Jepang yang masuk ke dalam referensi film Asia yang layak untuk ditonton, selain di dalam bidang perfilman ada juga di bidang musik yang sama sekali Korea tidak masuk dalam kriteria tersebut karena Korea dianggap tidak memiliki kecocokan dalam musik dan suara dari musik kontemporer Korea sendiri. Hal ini dikarenakan pada akhir abad ke 19, Korea Selatan masuk dalam pusaran dunia yang kacau dan Korea sendiri masih menderita akibat kolonialisme yang terjadi di Korea Selatan selama bertahun-tahun.

Akhir dari kolonialisme yang diikuti dengan adanya Perang Korea pada tahun 1950an yang mengakibatkan kerusakan ekonomi dan infrastruktur sosial negara, Korea juga harus memulai untuk membangun kembali negaranya hampir dalam segala aspek. Kebudayaan juga termasuk dalam pembangunan kembali oleh Korea Selatan. Korea Selatan juga mulai melakukan impor dan ekspor produk luar negeri. Selain dalam produk-produk luar, Korea juga menyerap paham Budha, ajaran Konfusianisme dan tradisi China. Di samping itu ada juga penyerapan dalam gaya hidup dan pendidikan Amerika, serta filosofi Eropa dan pembaharuan dari Jepang.

Pada tahun 1980an, ketika Korea Selatan mulai mampu untuk menyeimbangkan langkah dalam meningkatkan industri entertainment setelah selama satu dekade berusaha tanpa henti agar industri hiburan dapat bangkit dan hasilnya saat ini industry hiburan Korea lebih populer dari Amerika dan Eropa. Disamping itu seiring dengan munculnya gelombang demokrasi yang diawali pada akhir 1980an, membuat peraturan

tentang import budaya asing. Hal ini menjadikan Korea lebih terbiasa dengan mendengar dan melihat drama televisi maupun film dari Amerika maupun Hong Kong. dalam kurun waktu kurang dari satu dekade, musik Korea mulai mendapatkan tempatnya di negara sendiri. Selain mulai masuknya musik Korea pada industri dalam negeri, hal ini juga diikuti dengan masuknya drama Korea yang mulai disiarkan 24 jam tanpa henti dan diakhir pekan banyaknya masyarakat Korea yang menonton film Korea di bioskop. Film dan serial drama adalah bentuk *Korean Wave* yang pertama dikenal oleh masyarakat Asia di awal tahun 2000-an dan disusul oleh ekspansi musik pop Korea yang dikenal dengan K-Pop.

- **Perkembangan Korean Wave**

Pada Juni 1997 CCTV, salah satu channel televisi di China menayangkan drama Korea berjudul *What is Love*. Dimana drama tersebut lebih ber-*genre* kekeluargaan yang pada masa itu jarang diceritakan tentang kontroversi dua keluarga berbeda tersebut. Masyarakat China juga dengan mudah menerima drama tersebut karena mengandung unsur Konfusianisme yang mana juga mereka ikuti dan bukan ke-barat-an yang lebih cenderung individualisme. Selain itu banyak radio-radio lokal yang juga mulai menyiarkan lagu-lagu Korea yang sedang menjadi trend.

Dalam hal konser band maupun *boy-band* Korea Selatan juga diminati oleh masyarakat China yang mana ratusan fans berbondong-bondong menghadiri konser tersebut. Lain di China, maka lain pula di negara Asia lainnya, di Vietnam dan Thailand yang di negara tersebut terkenal dengan *Winter Sonata*, *Autumn Story* dan *Medical Brother* yang membuat ledakan besar pada pasar dalam negeri dan membuat salah satu aktornya, yaitu *Jang Dong Gun* menjadi terkenal dan menjadi perwakilan Korea. Serial *Winter Sonata* dan *Dae Jang Geum* tidak hanya terkenal di batasan Asia Tenggara saja, namun juga di negara lain, seperti Australia, Dubai, Amerika, Uzbekistan, Kanada, Rusia, Turki, Hungaria dan beberapa Negara lain juga mulai mengenal *Hallyu* melalui serial TV drama.

Pada awal abad 21, perfilman Korea yang mulai diperhitungkan karena 6 dari 10 film yang sedang tayang di Korea merupakan produksi lokal. Bahkan film *Friend* pada tahun 2001 menjadi *box office* dengan ditonton lebih dari 2,5 juta orang. Film *The Way Home* juga masuk dalam jajaran *box office* yang ditonton oleh 1,5 juta penonton di tahun 2002 ini termasuk satu dari lima film lokal yang paling populer di tahun 2002. Film yang disutradarai oleh sutradara muda perempuan Lee Jeong Hyang ini juga mampu mengalahkan ketenaran film Hollywood.

Korean Wave yang awalnya hanya masuk dalam perfilman dan drama, semakin hari meningkat menjadi masuknya K-Pop yang masuk dalam *Korean Wave*. Musik dan artis Korea juga mulai diperhitungkan dengan menjadi suatu pembaharuan dalam kehidupan Korea yang modern, dengan karakteristik sosial dan menjadi salah satu aspek yang meningkatkan bisnis entertainment Korea. Film dan musik Korea ini juga yang mengiringi kesuksesan drama televisi Korea di Asia. Masuknya musik dari musisi-musisi ke dalam soundtrack drama dan film menjadi salah satu aspek yang membuat musisinya menjadi terkenal seiring dengan terkenalnya drama maupun film tersebut ke masyarakat lokal maupun masyarakat internasional.

Kesuksesan *Korean Wave* ini diikuti dengan meningkatnya perhatian mengenai produk-produk Korea Selatan, seperti makanan, barang elektronik, gaya hidup, trend berpakaian dan make-up, serta produk yang beberapa tahun terakhir makin terkenal ialah operasi plastik.

- **Peran Pemerintah Korea Selatan**

Kesuksesan *Korean Wave* saat ini tidak lepas dari dukungan pemerintahnya yang memberikan dukungan penuh terhadap peningkatan *Korean Wave* saat ini dimana pemerintah Korea Selatan sangat gencar meningkatkan dan menyebarkan *Korean Wave* kepada masyarakat internasional. Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa *Korean Wave* membuka jalan bagi kemajuan ekonomi Korea Selatan, maka pemerintah Korea Selatan mengucurkan dana yang cukup besar untuk membiayai produksi film, drama hingga musik seperti yang dilakukan oleh Presiden Kim Dae Jung yang menyebut dirinya sebagai "*President of Culture*" ketika awal masa jabatannya sebagai presiden tahun 1998. Dan untuk mensukseskan rencana "*Basic Law for the Cultural Industry Promotion*" pada tahun 1999, pemerintah mengalokasikan dana sebesar \$148,5 juta .

Alasan yang mendorong pemerintah Korea Selatan untuk mengembangkan aspek *soft power* terutama dalam bidang kebudayaan, karena pernah terjadinya krisis ekonomi Asia pada tahun 1997 yang memberikan dampak bagi industri budaya dan usaha nasional Korea. Hal inilah yang mendorong pemerintah Korea untuk semakin mendorong untuk mengembangkan ekspor budaya Korea. Dengan semakin meningkat dan memuncaknya citra *Hallyu* dimasyarakat internasional, pemerintah Korea memberikan dukungan penuh terhadap penyebaran *Hallyu* di luar Korea. Pada tahun 1962 menteri kebudayaan Korea Selatan telah mendirikan KTO (Korean Tourism Organization) yang dimana KTO ini merupakan sebuah perusahaan investasi pemerintah Korea Selatan yang bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata Korea sesuai dengan undang-undang promosi pariwisata yang berlaku serta bertanggung jawab dalam meningkatkan wisatawan ke Korea Selatan.

Sejak tahun 2005, dalam *Diplomatic White Paper 2006 Korean Wave* menjadi bagian dari Diplomasi Korea Selatan. Sejak saat itu pula *Korean Wave* terlibat mempromosikan Korea Selatan. Selain adanya KTO dalam mempromosikan pariwisata Korea melalui *Korean Wave*, ada juga KOFICE (Korean Foundation for International Cultural Exchange) yang didirikan tahun 2003 di Seoul, yang mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman mengenai kebudayaan di setiap negara melalui pertukaran ahli untuk membuka jalan sebuah kerjasama dalam bentuk suatu pondasi dalam sebuah pertukaran kebudayaan dan kerjasama antar bangsa.

Penerapan *Korean Wave* sebagai Instrument *Soft Power* Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia

- ***Kepentingan Korea Selatan Di Indonesia***

Korea Selatan memiliki dua kebijakan nasional utama dalam pelaksanaan politik luar negerinya yakni, mengembangkan ekonomi nasional sambil memperkuat kekuatan pertahanannya. Korea Selatan juga berkepentingan meningkatkan citra nasional melalui penyelesaian berbagai masalah diplomatik dan kerjasama internasional dengan meningkatkan infrastruktur diplomatik.

Pemerintah Korea Selatan berupaya memperkuat sumber daya manusia dengan tujuan untuk mengangkat kemampuan diplomatik guna memastikan bahwa Korea Selatan telah sepenuhnya mencerminkan kapasitas nasional dan internasional dalam rangka mewujudkan visi *Global Korea* yang menjadi tujuan utama dalam Pemerintahan Presiden Lee Myung Bak. Visi *Global Korea* tersebut dimaksudkan agar tercipta sebuah citra bangsa Korea yang tidak hanya bekerja sama secara aktif tetapi juga dapat memberikan solusi untuk menangani permasalahan yang dihadapi masyarakat internasional.

Pencitraan *Global Korea* juga mengacu pada tujuan Korea yang meninggalkan kebiasaan diplomasinya yang sempit dimana hanya diarahkan untuk penyelesaian konflik Semenanjung Korea dan menjadikannya sebuah bangsa yang berbudaya modern. Dengan demikian, Pemerintah Korea Selatan menggunakan *soft power* yang dapat membangun kapasitasnya untuk menjadi aktor global. Sejalan dengan langkah pencapaian kepentingan nasional, Pemerintah Korea Selatan mengeluarkan kebijakan *New Asia Initiative* sebagai langkah membangun jaringan global dengan semakin memfokuskan kerjasama di kawasan Asia terutama dengan negara-negara ASEAN sebagai salah satu organisasi regional terbesar di Asia. Selain itu, kebijakan tersebut juga mengindikasikan ASEAN sebagai salah satu kawasan dan pasar terbesar bagi Korea Selatan di Asia, maka dari itu menjalin dan mempererat hubungan dengan negara-negara anggota ASEAN menjadi penting bagi Korea Selatan.

Indonesia sebagai salah satu anggota ASEAN, menjalin hubungan diplomatik dengan Korea Selatan secara resmi pada tanggal 18 September 1973. Korea-Indonesia terus melakukan upaya perluasan kerjasama bilateral secara regional dan internasional serta menjanjikan untuk mempertahankan ikatan kerjasama yang erat dengan Indonesia. Yang terbaru ialah kunjungan Presiden Jokowi pada 10-11 September 2018, kunjungan kenegaraan ini menghasilkan enam kesepakatan atau *Memorandum of Understanding (MoU)* yang telah ditandatangani ialah MoU tentang keimigrasian, MoU tentang kerjasama perekonomian, MoU tentang kerjasama administrasi kepegawaian, MoU tentang pertukaran dan kerjasama bidang legislasi, MoU tentang kerjasama keamanan, dan MoU tentang kerjasama revolusi industry 4.0. Hubungan bilateral yang dijalin Korea-Indonesia dilandasi beberapa kepentingan nasional Korea di bidang politik, ekonomi dan sosial-kebudayaan, upaya mencapai kepentingan nasional suatu bangsa perlu ditopang oleh citra ataupun reputasi negaranya.

- ***Bentuk-Bentuk Korean Wave di Indonesia***

Kunci dari terjalinnya persahabatan antarsuatu bangsa adalah saling mengenal dan memahami karakter dan budaya masing-masing. Pengaruh kebudayaan terhadap pelaksanaan diplomasi memiliki peran yang signifikan karena kebudayaan memiliki unsur universal dan bersifat komunikatif.

Serial drama televisi dan film adalah bentuk *Korean Wave* yang pertama kali dikenal oleh masyarakat di Asia yang selanjutnya pada awal tahun 2000-an disusul oleh ekspansi musik pop Korea yang dikenal dengan istilah *K-Pop*. Elemen-elemen budaya populer Korea ini menyebarkan pengaruhnya di negara-negara Asia salah satunya Indonesia.

1) Drama

Bentuk *Korean Wave* di Indonesia diawali setelah Indonesia yang melakukan liberalisasi media pada tahun 1990-an dengan masuknya penayangan serial drama Korea di stasiun TV Indosiar pada tahun 2002 yakni drama *Winter Sonata* yang langsung digemari oleh masyarakat lalu diikuti oleh drama *Endless Love*. Serial drama Korea mengambil peran yang cukup besar terhadap alasan mengapa seseorang bias mengenal dan mulai menyukai semua tentang Korea. 3 narasumber saya yang merupakan penggemar *Korean Wave* mengaku bahwa mereka pertama kali mengenal Korea karena menonton drama Korea dan akhirnya tertarik dengan segala hal yang ada di *Korean Wave*. Pada data yang didapat dari stasiun Sctv,Rcti,Antv,Global tv dan indosiar sejak 2015 terdapat 110 Drama Korea yang telah ditayangkan di Indonesia dan setiap tahun bertambah, peningkatan penayangan drama korea di Indonesia karena tingginya rating yang didapat oleh setiap stasiun tv contohnya drama *Boys Before*

Flowers yang mendapat rating 14,4% dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa serial drama merupakan bagian penting dalam diplomasi Korea Selatan.

2) Film Korea

Kepopuleran film Korea di Indonesia juga merupakan pengaruh dari kegemaran penggemar terhadap drama Korea. Film Korea pertama yang sukses dipasaran ialah *Shiri*, film ini bergenre kriminal yang dirilis pada tahun 1999. Menurut idntimes.com Semenjak tahun 2015 sampai 2018 terdapat kurang lebih 100 juta orang yang menonton film Korea di bioskop, jumlah tersebut merupakan jumlah yang sangat tinggi dari tahun-tahun sebelumnya dimana pada tahun 2012 jumlah penonton Korea ialah sebanyak 44.18 juta. Upaya mempromosikan film Korea ke dunia Internasional dijadikan tidak sekedar memperkenalkan film Korea saja tetapi juga dapat mempromosikan negara Korea secara keseluruhan kepada masyarakat internasional. Oleh karena itu, film menjadi salah satu sarana dalam melakukan hubungan diplomasi.

3) Music Korea (K-pop)

Musik pop Korea yang dikenal dengan istilah K-pop, pada tahun 2000an k-pop mulai mendapat perhatian yang lebih luas sebagai dampak dari drama dan film Korea yang memakai lagu-lagu Korea sebagai soundtrack dalam film ataupun drama yang ditayangkan. Saat ini selain K-Drama, K-pop juga telah menjadi produk utama penyebaran *Korean Wave* hal itu di dasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh *Korean Tourism Organization* Jakarta (KTO Jakarta) pada tahun 2016 mengenai alasan masyarakat Indonesia ke Korea.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh *Korean Tourism Organization* terlihat jelas bahwa dari 800 orang yang ditanyai sebanyak 294 orang atau 37% dari peserta memilih K-pop dan juga K-Drama sebagai alasan mereka pergi ke Korea dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh K-pop sebagai *Korean Wave* sangat terasa dikalangan para penggemar.

- **Perkembangan Korean Wave di Indonesia**

Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia diawali saat masuknya tayangan serial drama Korea dan menjadi langkah awal dalam memperkenalkan bentuk *Korean Wave* lainnya, yakni musik pop Korea. *Korean Wave* mencapai kesuksesan di banyak negara dan membantu untuk mempromosikan dan meningkatkan produk *brand* Korea Selatan seperti di Indonesia.

Budaya pop Korea menghasilkan pemasukan yang sangat besar bagi perekonomian Korea Selatan. Keberhasilan *Korean Wave* merupakan hasil dari langkah konkret perjanjian *Joint Cultural Commission* Korea-Indonesia dimana Korea Selatan memiliki tujuan untuk memperkenalkan budayanya ke seluruh lapisan masyarakat Indonesia dimana pada tanggal 18 Juli 2011 telah dibangun pusat Informasi tentang Negara dan budaya Korea yakni *Korean Culture Centre* di Jakarta. Pusat Kebudayaan Korea tersebut bertujuan menyediakan Informasi tentang Negara dan budaya Korea serta informasi pertukaran budaya masing-masing Negara. Data jumlah anggota KCC di Indonesia yang diperoleh dari website KCC ialah sebanyak 9341 orang tercatat hingga April 2016.

Fenomena musik pop Korea melanda Indonesia sejak tahun 2008, hingga sejak itu demam dan fenomena *K-Pop* di Indonesia terus bertambah dan dampaknya sekarang sungguh luar biasa. Para penggemar musik *K-Pop* di Indonesia jumlahnya mencapai ratusan ribu orang. Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia disertai dengan begitu

banyaknya produk-produk industri budaya Korea Selatan yang masuk ke Indonesia dan mengambil tempat tersendiri di hati rakyat Indonesia.

Hegemoni *K-Pop* menginspirasi generasi muda Indonesia untuk mengikuti bahkan meniru gaya mereka. Masyarakat Indonesia mulai lebih cenderung mendengarkan musik *K-Pop*, membeli album musik *K-Pop*, membuat *boyband* atau *girlband* layaknya artis *K-Pop*, terlibat dalam komunitas *K-Pop*, berpartisipasi dalam kontes *K-Pop* dan meniru mode artis *K-Pop* hingga bahkan mulai mempelajari budaya dan bahasa Korea.

Pengaruh *Korean Wave* sebagai Instrument *Soft Power* Diplomasi Kebudayaan Terhadap Citra Korea Selatan di Indonesia

Kebijakan *soft diplomacy* yang diarahkan pemerintah Korea selatan saat ini berperan besar dalam meningkatkan citra nasional bangsa. Perkembangan *Korean Wave* sangat pesat terjadi di Indonesia dalam kurun waktu tahun 2006 hingga tahun 2019 yang disertai dengan terbentuknya citra ataupun pandangan positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan. Dengan adanya pencitraan yang dibangun oleh Korea Selatan di Indonesia dapat menjadikan hubungan bilateral kedua negara semakin erat sehingga dapat membantu meningkatkan berbagai sektor dari hubungan politik, ekonomi dan tentunya sosial-budaya.

Seiring dengan hubungan politik yang dijalin baik dengan suatu negara dan citra yang terbentuk maka kerjasama di bidang lainnya akan terdorong ikut lebih maju. Meningkatnya *image* Korea Selatan melalui *Korean Wave* yang diimplementasikan sebagai salah satu bentuk instrumen pelaksanaan *soft diplomacy* juga memiliki pengaruh positif di bidang ekonomi. Peningkatan yang signifikan dalam hubungan Indonesia-Korea Selatan juga tercermin dengan baik melalui perkembangan pesat perdagangan bilateral antara kedua negara. Pengaruh di bidang ekonomi juga ditopang oleh sektor pariwisata Korea Selatan yang tentunya tidak terlepas dari pengaruh signifikan dalam pelaksanaan *soft diplomacy* ini.

Korea Selatan menempati urutan ke-2 dalam *Best in Travel* untuk tahun 2018 menurut *lonely planet*. Menurut data dari *Korea Tourism Organization* di Jakarta (KTO) bahwa Di tahun 2016 sendiri pertumbuhan pasar Indonesia ke Korea naik signifikan dengan kunjungan sekitar 300 ribu wisatawan. Angka ini naik 53.2% dibandingkan kunjungan di tahun 2015 yang sebesar 198 ribu dan pada tahun 2018 terjadi kenaikan sebanyak 12%.

Korean Wave memberikan pengaruh yang nyata dan berperan penting dalam memperkenalkan budaya Korea ke Indonesia. Adapun pengaruh budaya Korea dalam masyarakat Indonesia ialah dari hasil wawancara dengan beberapa penggemar Korea, berawal dari kegemaran mereka menonton serial drama Korea dan mulai menikmati musik pop Korea selanjutnya akan mempelajari tentang budaya Korea. Kemudian, mereka mencoba makanan Korea seperti apa yang mereka lihat dalam serial-drama ataupun film Korea, lalu mulai mengenal pakaian tradisional Korea '*Hanbok*'. dan bahkan belajar beberapa kosa kata Korea melalui lirik lagu *K-Pop*.

Korean Wave telah bekerja secara efektif di Indonesia dan citra positif yang terbentuk untuk mewujudkan *Global Korea* serta berhasil mempererat hubungan bilateral Korea-Indonesia di berbagai bidang.

PENUTUP **Kesimpulan**

Diplomasi merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan kepentingan nasional suatu Negara. Melalui diplomasi sebuah negara dapat membangun citra tentang dirinya. Melalui kepopuleran *Korean Wave* pemerintah Korea Selatan dapat mengelola dan memanfaatkan budaya *Korean Wave* menjadi soft diplomasi Korea Selatan sehingga dapat memperkuat posisinya dan meningkatkan citra Korea Selatan, tidak hanya di Indonesia tetapi di belahan bumi lainnya. Pola hidup dan cara berfikir masyarakat pun juga ikut berubah dengan masuknya *Hallyu* ke masyarakat di belahan dunia lain yang membuat citra nasional Korea menjadi semakin meningkat. Semakin menyebarnya pengaruh budaya *Korean Wave* ini, akan semakin memainkan peranan penting dalam meningkatkan jati diri Korea Selatan. Selain itu, citra positif yang terbentuk pada masyarakat Korea Selatan pada akhirnya dapat mempengaruhi hubungan bilateral kedua negara menjadi lebih erat. Disamping itu, *Korean Wave* 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. Hubungan di bidang sosial-kebudayaan tentunya juga mengalami pengaruh *soft diplomacy* tersebut. Masyarakat Indonesia yang pada awalnya hanya menyukai tayangan serial drama Korea dan menikmati musik *K-Pop* telah membawa mereka mengenal Korea jauh lebih mendalam dengan mempelajari budaya dan bahasa Korea. Industri musik Indonesia pun telah mendapat pengaruh *K-Pop* dimana kini banyak bermunculan *boyband/girlband* ala Korea Selatan. Hal itu membuktikan keberhasilan pelaksanaan *Korean Wave* sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan di Indonesia.

Saran

Dengan melihat keberhasilan penerapan *Korean Wave* oleh pemerintah Korea Selatan sebagai instrument *soft diplomacy* sebaiknya pemerintah Korea Selatan harus terus memperkuat posisinya, serta para pembuat kebijakan dalam lembaga pemerintah terkait harus terus bekerja sama dengan masyarakat untuk membantu mempertahankan posisi bahkan meningkatkan posisi *Korean Wave*, pemerintah juga harus terus bekerja sama dengan para pelaku industri entertainment untuk menyebar luaskan. Dengan melihat keberhasilan *Korean Wave* sebagai instrument soft power diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia, maka Indonesia sebagai negara yang juga kaya akan kebudayaan dapat mengikuti langkah yang telah dilakukan oleh Korea Selatan dalam mengelola dan memanfaatkan aspek kebudayaan sehingga dapat disebar luaskan dan dapat dinikmati oleh masyarakat internasional sehingga Indonesia juga dapat merasakan keuntungan seperti yang dirasakan oleh Korea Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bakry, U. S. 2017. *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bedjaoui, Mohammed. 2000. *The Fundamentals of Preventive Diplomacy*. New York: Routledge and The Center International Health and Cooperation.
- Chung dan Lee. 2011. *Hallyu As a Strategic Marketing Key in The Korean Media Content Industry*.

- D'Hooghe, Ingrid. 2007. *The Rise of China's Public Diplomacy*. The Hague, Netherlands Institute of International Relations.
- Do Kyun Kim dan Se-Jin Kim. 2011. *Hallyu from its Origin to Present: A Historical Overview*. Seoul National University Press.
- Joseph, S. Nye JR. 2004. *Soft Power The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Joseph S.Nye. Why South Korea Should Go Soft. *Korea 2020: Global Perspective for the Next Decade*. Seoul: Random House Korea. Hal. 93-95
- Kim, D dan Kim, M. 2011. *Hallyu: influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Seoul: Seoul National University Press.
- Korean Culture and Information Service. 2011. *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. s.l.: Ministry of Culture, Sports and Tourism. Hal 17-20
- Momengoh, N. P. 2013. *Secret Diplomacy The Practice of Back Channel Diplomacy by Liberal Democratic States*. New Jersey: The State University of New Jersey.
- Roy, S. L. 1995. *Diplomasi*. Penerjemah Herwanto dan Mirsawati. Jakarta. CV Rajawali.
- Schneider, Cynthia P. 2004. *Culture Communicates: US Diplomacy that Works*. Netherlands Institute of International Relations.
- Suryokusumo, S. 2004. *Praktik Diplomasi*. Jakarta. STIH IBLAM.
- Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartika Sari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- White, Brian. 2005. Diplomacy dalam Baylis, John dan Steve Smith. *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Politics*, 17. Oxford: Oxford University Press.
- Yang Seung-Yoon dan Mohtar Mas'oe'd. 2004. *Politik Luar Negeri Korea Selatan*. Yogyakarta: UGM Press. Hal. 8
- Youna Kim. Globalization of Korean Media. *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Do Kyun Kim dan Min-Sun Kim (eds). Hal. 37

Jurnal:

- Golts, Alexander. 2007. *An Offensive Diplomacy*.
[Http://www.themoscowtimes.com/opinion/article/an-offensive-diplomacy/193628.html](http://www.themoscowtimes.com/opinion/article/an-offensive-diplomacy/193628.html).
- Inakos. 2013. *The 6th Series of Book on Korea. Hallyu dan Sekitarnya: Pandangan dari Korea*. https://issuu.com/inakos/docs/buku_6_1
- Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism. *Facts About Korea*, 2018 edition.
- Levy, Jack S. 2008. *Deterrence and Coercive Diplomacy: The Contributions of Alexander George*. Tersedia dalam: <http://www.jstor.org/stable/20447143>.
- Masyarakat dan Budaya. Muhammad, Wahyudi Akmaliah. 2013.1, Vol. 15. Hal 4

Internet :

- KBS. 2012. KBS dan Pemerintah Tandatangani Mou untuk Proyek Kerjasama HallyuGlobal.
http://rki.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=25956. Diakses pada tanggal 25 Februari 2019
- Shim Sun-ah. 2012. *Korean Films Drew Record Audiences in First Half: Ministry*.
[https://www.academia.edu/36812384/Macam-Macam Diplomasi](https://www.academia.edu/36812384/Macam-Macam_Diplomasi)
 Diakses pada tanggal 20 Februari 2019
https://www.Koreatimes.co.kr/www/news/culture/2016/01/386_196383.html

Diakses pada tanggal 17 Februari 2019
<https://tradingeconomics.com/south-Korea/gdp>

Diakses pada tanggal 09 Februari 2019
<http://www.cine21.com/>

Diakses pada tanggal 29 Januari 2018
<https://www.usnews.com/rankings>

Diakses pada tanggal 25 Januari 2019
<https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u39301/The%20Soft%20Power%2030%20Report%202018.pdf>

Diakses pada tanggal 18 Februari 2019
https://www.academia.edu/33923280/KAUTILYAs_Concept_of_Diplomacy

Diakses pada tanggal 18 Februari 2019
<https://www.scribd.com/document/253926965/Satow-Guide-to-Diplomatic-Practice>

Diakses pada tanggal 18 Februari 2019
[http://eprints.dinus.ac.id/14369/1/\[Materi\]_BAB_04_-_kebudayaan_dan_masyarakat_-_ROWLAND_B._F._PASARIBU.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/14369/1/[Materi]_BAB_04_-_kebudayaan_dan_masyarakat_-_ROWLAND_B._F._PASARIBU.pdf)

Diakses pada tanggal 15 Februari 2019
http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do

Diakses pada tanggal 16 April 2019
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180907113926-4-32192/kunjungan-kerja-ke-korsel-jokowi-ingin-hasil-konkret>

Diakses pada tanggal 18 April 2019
<http://www.Koreabrand.net/gokr/en/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0120&m1=1&m2=5>

Diakses pada tanggal 18 April 2019
<https://www.visitKorea.or.id/article/lee-min-ho-bintang-Korean-wave-nomor-satu-di-indonesia>

Diakses pada tanggal 19 April 2019
<http://www.Koreaherald.com/view.php?ud=20190113000228>

Diakses pada tanggal 06 Mei 2019
<http://www.Korea.net/NewsFocus/policies/view?articleId=98738>

Diakses pada tanggal 07 Mei 2019
<https://www.voaindonesia.com/a/indonesia-korsel-sepakat-rundingkan-rencana-aksi-kerjasama-bilateral/4866376.html>

Diakses pada tanggal 08 Mei 2019
<https://www.visitKorea.or.id/article/Korea-peringkat-ke-2-best-in-travel-2018-oleh-lonely-planet>

Diakses pada tanggal 08 Mei 2019
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html>

The World Factbook/ Diakses pada 28 Mei 2019
http://citymayors.com/government/southkorea_government.html

Local government in South Korea Seoul Mayor first among equals in South Korea local government/ Diakses pada 28 Mei 2019