



The Role and Impact of Public Diplomacy in Shaping South Korea Foreign Policy Decisions: Study Case Analysis on Korean Wave

Asshinaz Noor Fadhilah*)

Sunan Ampel State Islamic University
Surabaya, East Java, 60198, Indonesia

*)Corresponding author: fashshinaz@gmail.com

(Received: December 16, 2023; Accepted: July 1, 2024)

Abstrak

Penelitian ini menggali dampak dari fenomena budaya Korea Selatan, yang biasa dikenal sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave*, sebagai alat yang *powerful* untuk menerapkan strategi diplomasi publik *soft power*. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana *Hallyu* memengaruhi aspek-aspek *nation branding*, pembentukan strategi kebijakan luar negeri dan berkontribusi dalam meningkatkan citra positif Korea Selatan di panggung global. Budaya muncul sebagai instrumen yang kuat yang dapat digunakan oleh negara-negara untuk membangun citra nasional mereka melalui kebijakan dan budaya ini berfungsi sebagai cermin yang merefleksikan masyarakat dan berdampak pada perubahan sosial, sehingga memiliki efek yang besar pada negara itu sendiri. Artikel ini bertujuan untuk membahas tiga poin diskusi utama: eksplorasi mendalam mengenai diplomasi publik Korea Selatan, *Korean Wave* sebagai komponen penting dari diplomasi publik Korea Selatan, inisiatif kebijakan luar negeri Korea Selatan yang terkait dengan *Korean Wave* dan bagaimana *Korean Wave* dapat berfungsi sebagai alat penting dalam strategi kebijakan luar negeri Korea Selatan.

Kata Kunci: kebijakan luar negeri, *soft power*, *public diplomacy*, *Korean Wave*, Korea Selatan

Abstract

This study explores the impact of South Korean cultural phenomenon, commonly known as Hallyu or Korean Wave, as a powerful tool for implementing soft power public diplomacy strategy. This study explores how Hallyu influences aspects of nation branding, foreign policy strategy formation and contributes to enhancing South Korea's positive image on the global stage. Culture emerges as a powerful instrument that can be used by countries to build their national image through policies and this culture serves as a mirror that reflects society and impacts social change, thus having a great effect on the country itself. This article aims to discuss three main discussion points: an in-depth exploration of South Korean public diplomacy, Korean Wave as an important component of South Korean public diplomacy, South Korean foreign policy initiatives related to Korean Wave and how Korean Wave can serve as an important tool in South Korean foreign policy strategy.

Keywords: foreign policy, soft power, public diplomacy, Korean Wave, South Korea

How to Cite This Article: Fadhilah, A. N. (2024). The Role and Impact of Public Diplomacy in Shaping South Korea Foreign Policy Decisions: Study Case Analysis on Korean Wave. *Indonesian Journal of Halal*, 7(2), 81-91, DOI: <https://doi.org/10.14710/halal.v7i2.21516>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan komunikasi yang canggih di abad ke-21 memungkinkan setiap orang untuk memperoleh informasi dengan mudah mengenai topik-topik hubungan internasional yang berkaitan dengan negara mereka. Di era pasca-Perang Dingin, opini individu dan kelompok kepentingan, termasuk LSM, mengenai masalah kebijakan luar negeri telah menjadi elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan kebijakan luar negeri. Perubahan paradigma diplomasi ini menunjukkan dua fakta: pertama, aktualitas diplomasi multidimensi melalui individu, masyarakat sipil dan kelompok-kelompok spesialis; kedua, perluasan subjek konstituen diplomatik. Dengan kata lain, pentingnya konstituen domestik dalam proses pengambilan keputusan kebijakan luar negeri suatu negara telah meluas dan dalam konteks ini kekuatan diplomasi dapat dihasilkan tidak hanya melalui persuasi atau paksaan berdasarkan metode tradisional, tetapi juga melalui berbagai daya tarik informasi, sehingga menunjukkan perlunya diplomasi publik. Khususnya, di tengah perubahan paradigma diplomasi, suatu negara dapat memengaruhi negara lain bukan dengan membatasi pengaruh opini publik, melainkan dengan memanfaatkan opini publik dengan sebaik-baiknya. Saat ini, tren yang mendominasi kebijakan luar negeri adalah gaya diplomasi proaktif yang berusaha mencapai kepentingan nasional dengan menggunakan pengaruh, tidak hanya pada warga negaranya sendiri, tetapi juga pada warga negara lain. Diplomasi publik telah muncul sebagai praktik kebijakan luar negeri di tengah perubahan paradigma diplomasi global. Diplomasi secara umum diartikan sebagai sebuah seni komunikasi antarnegara yang dilakukan oleh para pemimpin negara yang berkomunikasi satu sama lain di tingkat tertinggi. Diplomasi publik, di sisi lain, berfokus pada cara-cara suatu negara berkomunikasi dengan warga negara lain. Diplomasi publik mengacu pada diplomasi *soft power*, yaitu cara dan upaya untuk mengambil hati dan pikiran masyarakat negara lain dan mencapai tujuan diplomasi yang tidak dapat dicapai dengan

menggunakan *hard power*. Minat para akademisi terhadap diplomasi publik semakin meningkat (Cho, 2012). Diplomasi publik adalah konsep baru di Korea yang secara resmi diluncurkan pada tahun 2010. Diplomasi publik telah muncul sebagai instrumen penting dalam ranah hubungan internasional, yang memungkinkan negara untuk meningkatkan citra global, membangun hubungan dan mencapai tujuan kebijakan luar negeri mereka. Korea Selatan, yang sering disebut sebagai “*Miracle of Han River*”, telah mengalami pertumbuhan dan transformasi ekonomi yang luar biasa selama beberapa dekade terakhir.

Daya tarik budaya yang tersebar luas di seluruh dunia, yang sering disebut sebagai *Hallyu* atau Gelombang Korea, terkemas dalam dua jenis ekspresi utama: drama Korea (K-Drama) dan musik pop Korea (K-Pop). Dengan alat budaya tersebut, Korea Selatan telah mencapai peringkat tinggi di berbagai ukuran *soft power*. Korea Selatan berada di posisi ke-12 dalam peringkat *Global Soft Power 2022* dari *Brand Finance*, posisi kedua dalam *Soft Power Survey 2020* dari *Monocle* dan posisi ke-19 dalam *Soft Power 30 Report 2019* dari *Portland*. *Soft power* merupakan istilah yang diinisiasi oleh Joseph Nye pada akhir tahun 1980-an yang mengacu pada “*the ability to obtain preferred outcomes by attraction rather than coercion or payment*” (Ji-Hye, 2022).

Sebagai negara dengan pengaruh budaya yang menonjol dan popularitas yang meluas, budaya Korea telah memainkan peran konstruktif dalam meningkatkan reputasi negara dan meningkatkan kinerja ekonominya, yang tercermin dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Saat ini, *Korean Wave* telah melampaui statusnya sebagai fenomena budaya belaka, dengan menunjukkan kontribusi substansial terhadap kemajuan ekonomi, sosial, politik dan pengembangan citra nasional Korea Selatan. *Nation Branding* merupakan sebuah aspek krusial yang perlu untuk diperhatikan dan dibangun dengan baik oleh sebuah negara terutama dalam membentuk citra dan strategi kebijakan luar negerinya (Fahrissa, 2022). Sebuah negara,

seperti halnya sebuah perusahaan, harus secara aktif mengembangkan citra nasionalnya, karena pencitraan bangsa yang kuat dapat menghasilkan manfaat yang besar, baik dari sisi *inbound* (peningkatan investasi dan pariwisata) maupun *outbound* (peningkatan ekspor dan tenaga kerja yang terampil). Korea Selatan adalah salah satu negara yang mengedepankan *nation branding* secara serius, terutama melalui penyebaran budaya populernya, yang dikenal sebagai *Korean Wave*, dengan menginvestasikan jutaan dolar setiap tahunnya dalam upaya ini. Hal tersebut menggarisbawahi pentingnya peran *Korean Wave* dalam membentuk citra nasional Korea Selatan. Maka secara tidak langsung, melalui kesuksesan pembangunan citra melalui *public diplomacy*, *Korean Wave* telah berkontribusi dalam mengambil hati dan pikiran masyarakat negara lain. Oleh karena itu, tujuan utama dari penulisan artikel penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi *Korean Wave* dalam konteks strategi kebijakan luar negeri Korea Selatan. Penelitian ini menekankan bagaimana negara ini memanfaatkan sarana *soft power*-nya untuk meningkatkan reputasi globalnya, membangun hubungan kerja sama, dan meraih *national interest*-nya melalui praktik diplomasi publik.

Besarnya popularitas budaya tersebut kemudian menyoroti adanya konsepsi *contra-flow* ketika produk dari negara dunia ketiga dikonsumsi oleh negara dunia pertama, yang menyoroti arus balik pengaruh budaya. *K-wave* telah menggambarkan bagaimana produk budaya dari berbagai wilayah telah mendapatkan popularitas dan pengakuan dalam skala global, yang berkontribusi pada dunia yang lebih terhubung (Thussu, 2007) dan beragam secara budaya. Oleh karena itu, melalui penelitian ini penulis ingin mengeksplorasi bagaimana Korea Selatan dapat mengadopsi dan memanfaatkan peluang-peluang besar melalui instrumen budaya *Korean Wave* ini dalam kebijakan luar negerinya

Dalam *research paper* ini, tinjauan literatur yang digunakan adalah konsep dan teori yang menjadi landasan dalam penelitian, Dalam penulisannya, kajian literatur artikel

ini diambil melalui berbagai sumber, termasuk jurnal, publikasi, serta makalah penelitian nasional dan internasional.

Soft Diplomacy dan Soft Power

Studi ini menggabungkan temuan-temuan dari penelitian mengenai *Soft Diplomacy and Soft Power* yang secara spesifik diambil dari karya Joseph S. Nye Jr berjudul "*Public Diplomacy and Soft Power*" yang diterbitkan dalam *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* pada tahun 2008. Sumber ini mengartikulasikan konsep bahwa *soft power* mengacu pada kapasitas suatu negara untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tarik intrinsiknya daripada menggunakan kekuatan atau paksaan. Nye Jr (2008) mengklasifikasikan instrumen *soft power* menjadi 3 bagian yakni budaya, sistem nilai dan kebijakan. Di sisi lain, Nye Jr (2008) juga menjelaskan mengenai definisi dari *soft* atau *public diplomacy* yang dipahami sebagai suatu strategi yang digunakan oleh pemerintah untuk terlibat dengan masyarakat asing dan membangun hubungan melalui cara-cara non-koersif. Strategi ini melibatkan penggunaan *cultural exchanges*, *educational programs*, media dan sebagainya untuk menumbuhkan pemahaman, kepercayaan dan hubungan baik antar negara. Kedua hal tersebut saling berkorelasi, *soft power* adalah konsep yang lebih luas yang mencakup kemampuan sebuah negara untuk memengaruhi pihak lain, sedangkan *soft diplomacy* adalah salah satu strategi yang digunakan untuk memproyeksikan dan meningkatkan *soft power* tersebut (Nye Jr, 2008).

Public Diplomacy

Salah satu sumber literatur yang menjadi tinjauan dalam penelitian ini adalah artikel berjudul "*Public Diplomacy and South Korea's Strategies*" yang ditulis oleh Yun Young Cho dan diterbitkan dalam jurnal *The Korean Journal of International Studies* pada tahun 2012. Dalam artikel tersebut, Cho (2012) menjelaskan bahwa diplomasi publik adalah sebuah proses yang digunakan oleh pemerintah atau pihak swasta dari suatu

negara dengan tujuan mempromosikan kepentingan nasional. Hal ini dilakukan dengan cara menyebarkan unsur-unsur seperti budaya, ideologi, nilai-nilai, sistem dan tujuan nasional melalui pertukaran informasi dan interaksi yang bersifat horizontal dengan pemerintah dan pihak swasta dari negara-negara lain. Selain dari penelitian tersebut, Nye Jr (2008) juga menyumbangkan pandangan yang relevan melalui literturnya. Menurut Nye Jr (2008), diplomasi publik dapat digambarkan sebagai upaya negara untuk memanfaatkan sumber dayanya dengan memanfaatkan komunikasi sebagai sarana untuk menarik minat dan keterlibatan khalayak asing. Dengan demikian, penelitian ini mengacu pada konsep diplomasi publik dan strategi Korea Selatan dalam konteks penggunaan diplomasi publik sebagai alat untuk memajukan kepentingan nasional melalui penyampaian budaya, ideologi, nilai-nilai, sistem, dan tujuan nasional, serta melalui komunikasi yang strategis untuk menarik perhatian publik dari negara-negara lain (Cho, 2012).

METODE PENELITIAN

Kajian dan analisa mengenai bagaimana elemen-elemen budaya Korea Selatan seperti *Hallyu* atau *Korean Wave*, berfungsi sebagai alat dalam ranah strategi diplomasi publik dapat memengaruhi aspek *nation branding* dan pengembangan strategi kebijakan luar negeri, dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif ini bertujuan untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai pembahasan dan penelitian yang diselaraskan dengan konteks empiris dari fenomena yang terjadi di dunia nyata. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan menggunakan buku, situs *web*, artikel ilmiah dan jurnal sebagai sumber utama untuk bahan bacaan dan analisis teoritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public Diplomacy: An Introduction

Diplomasi merupakan elemen dalam panggung internasional yang memiliki sifat fleksibilitas seiring perubahan zaman. Di era

globalisasi, diplomasi yang terbatas pada negosiasi antar pemerintah saja tidak lagi dapat memberikan efek yang cukup memuaskan bagi negara-negara. Namun, tradisional tidak lagi efektif; tetapi diplomasi semacam itu tidak lagi persuasif. Ada lebih banyak penekanan pada pentingnya saling ketergantungan di era globalisasi. Kekuatan rakyat telah berkembang seiring dengan demokratisasi dan perkembangan informasi. Sikap dan opini publik kini secara langsung memberikan pengaruh pada kemampuan suatu negara untuk merealisasikan keuntungan diplomatik. Diplomasi tidak lagi merupakan negosiasi rahasia dan retorika di antara para pemimpin negara. Semakin banyak negara yang beralih ke penyebaran informasi publik untuk menyampaikan kebijakan dan ideologi mereka dengan tujuan membentuk kembali persepsi publik dan memengaruhi khalayak global. Konsep ini berkisar pada gagasan bahwa dengan menggunakan proses politik *grassroot*, masyarakat sipil memiliki kemampuan untuk memberikan tekanan pada pembuatan kebijakan pemerintah, yang kemudian berdampak pada keamanan nasional dan kesejahteraan ekonomi. Nye Jr (2008) mengusung pandangan yang lebih luas tentang konsep kekuasaan dalam memahami kebijakan luar negeri suatu negara. Nye Jr (2008) memperkenalkan konsep *smart power* sebagai perluasan dari teori *soft power*. *Smart power* melibatkan perpaduan antara *hard power* (seperti kekuatan militer dan ekonomi) dan taktik *soft power*. Dengan *smart power*, sebuah negara berusaha untuk mendapatkan keunggulan global dengan menggunakan perpaduan elemen-elemen ini untuk memajukan kepentingan nasionalnya. Istilah ‘diplomasi publik’ dimulai sejak tahun 1965 ketika Edmund Gullion, yang menjabat sebagai Dekan *Fletcher School of Law and Diplomacy* dan memiliki latar belakang diplomasi, memperkenalkan istilah ini dalam sebuah pidato mengenai pendirian Edward R. Murrow Center. Gullion menggambarkan diplomasi publik sebagai “sarana yang digunakan oleh pemerintah, entitas swasta dan individu untuk membentuk sikap dan sudut pandang masyarakat dan pemerintah asing

dengan cara yang memengaruhi keputusan kebijakan luar negeri mereka.” Namun, perlu dicatat bahwa konsep diplomasi publik memiliki akar sejarah yang berasal dari pemerintahan Woodrow Wilson. Selama periode tersebut, gagasan untuk menjadikan masyarakat asing sebagai fokus utama diplomasi muncul karena terbukti bahwa tidak hanya negosiasi antar pemerintah tetapi juga seni membujuk masyarakat dari negara-negara yang berseberangan dapat secara signifikan memengaruhi hubungan internasional (Ayhan, 2020).

Hans Tuch dalam bukunya berjudul *“Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas (Martin F. Herz Series on United States Diplomacy)”* mendefinisikan diplomasi publik sebagai “suatu proses komunikasi dengan masyarakat negara asing untuk mempromosikan tujuan dan kebijakan suatu negara serta untuk meningkatkan pemahaman atas pemikiran dan cita-cita serta sistem dan budayanya.” Di sisi lain, Paul Sharp, seorang ahli sejarah mendefinisikan diplomasi publik sebagai “sebuah proses untuk membentuk hubungan langsung dengan masyarakat negara lain untuk meningkatkan kepentingan masyarakat dan mempromosikan nilai-nilai mereka (yang diwakili oleh negara/pemerintah).” Perubahan yang terjadi dalam lingkungan internasional pada abad ke-21 menekankan pentingnya diplomasi publik. Kemampuan publik untuk mengakses informasi dan mengekspresikan pendapat mereka tentang kebijakan luar negeri semakin meningkat berkat perkembangan teknologi informasi. Setelah didorong oleh demokratisasi dan penyebaran informasi, kekuatan rakyat telah diperkuat dan diperluas, dan globalisasi semakin memfasilitasi pertukaran di antara konstituen swasta dengan membuat hubungan di antara negara-negara menjadi lebih dekat dari sebelumnya. Hal ini telah menghancurkan konsep sebelumnya bahwa diplomasi publik hanyalah kegiatan diplomasi pemerintah saja. Diplomasi publik, yang menyebarkan kebijakan, nilai dan budaya pemerintah kepada publik asing berdasarkan kekuatan lunak suatu negara, telah mulai mencari pertukaran timbal balik secara horizontal dan dua arah melalui

konstituen diplomatik yang beragam dan media baru. Oleh karena itu, dalam lingkungan yang baru ini, diplomasi publik dapat didefinisikan sebagai “proses yang digunakan oleh pemerintah atau konstituen swasta suatu negara untuk mempromosikan kepentingan nasional dengan cara menyebarkan budaya, ideologi, nilai dan sistem serta tujuan nasional melalui pertukaran timbal balik secara horizontal dan interaktif dengan pemerintah dan konstituen swasta negara lain” (Cho, 2012).

The Korean Wave as a Diplomatic Asset

Korean Wave bermula dari istilah *Hallyu*, yang berasal dari bahasa Tionghoa “*Han Liu*” yang berarti “Gelombang Korea”. *Hallyu* didefinisikan sebagai fenomena yang menggambarkan penyebaran budaya pop modern dan hiburan Korea ke seluruh dunia.

Fenomena ini mulai muncul pada pertengahan 1990-an dan terus berkembang hingga saat ini. *Korean wave*, atau *Hallyu*, telah membangun fondasi yang kuat melalui elemen-elemen budaya populer seperti K-Drama dan K-Pop, yang telah memperluas pengaruhnya sejak tahun 2010-an. Fenomena *Korean Wave* muncul setelah terjalinnya hubungan diplomatik pada tahun 1992 antara Korea Selatan dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT). Penyebaran *Korean Wave* pertama kali terjadi pada awal 1996 ketika grup K-Pop populer dari Korea Selatan memasuki pasar Tiongkok. Penyebaran ini juga diikuti dengan penayangan K-Drama. Istilah “*Hallyu*” atau “*Korean Wave*” pertama kali digunakan oleh media Tiongkok pada tahun 1992 dan lebih secara khusus oleh surat kabar *Qing Nian Bao* pada tahun 1999 untuk mencerminkan popularitas yang terus meningkat dari hiburan Korea Selatan di Tiongkok (Pramadya et al., 2016).

Korea Selatan merupakan negara yang sangat mengedepankan penerapan diplomasi publik. Empat presiden Korea Selatan terakhir meyakini bahwa penggunaan budaya sebagai aset untuk mencapai kepentingan negara merupakan strategi yang tepat. Kepedulian pemerintah Korea Selatan terhadap kebijakan budaya berkembang sejak tahun 1990, ketika keinginan untuk menjadi negara maju muncul

di Korea Selatan. Dalam artikelnya yang diterbitkan di *International Journal of Cultural Policy*, Kwon dan Kim mempresentasikan temuan mereka tentang kebijakan pemerintah Korea Selatan yang telah berlangsung lama sejak tahun 1990 untuk mendukung kemajuan industri budaya mereka. Penelitian tersebut memberikan penjelasan bahwa *booming* produk budaya Korea Selatan di pasar global saat ini tidak lepas dari peran pemerintah melalui regulasi yang dibuat untuk memfasilitasi perkembangan industri budaya. Hal ini berarti kepedulian negara tersebut terhadap perkembangan industri budayanya sangat tinggi, dan tanpa dukungan yang diberikan melalui regulasi maupun percepatan perkembangan industri lainnya, Korea Selatan mungkin tidak akan mencapai kesuksesan seperti saat ini.

Ketika Presiden Lee Myung-bak mulai menjabat pada tahun 2008, ia meluncurkan slogan "*Global Korea*". Hal ini menunjukkan betapa Korea Selatan sangat menghargai industri budayanya. "*Global Korea*" menjadi *branding* yang mengangkat posisi Korea Selatan sebagai negara maju, tidak seperti anggapan populer tentang Korea Selatan pada saat itu, sebagai negara miskin yang terlibat dalam perang saudara. Citra tersebutlah yang mengganggu mereka; citra sebagai negara miskin dan terkait dengan perang saudara, menghasilkan pandangan negatif terhadap Korea Selatan. Selama masa jabatannya, Presiden Lee ingin membawa Korea Selatan ke tingkat ekonomi yang lebih maju, seperti yang dinyatakan dalam pidato kenegaraan pertamanya pada bulan Februari 2008, "Itulah visi Korea yang hebat yang akan diupayakan oleh pemerintahan Lee Myung-bak". Presiden Lee menekankan pentingnya mengembangkan industri budaya mereka, dengan alasan penggunaan aset ini untuk mewujudkan *Korea Global*. Lebih lanjut, untuk mewujudkan keinginan *Korea Global* ini, pemerintahan Presiden Lee membentuk sebuah dewan yang diberi nama *Presidential Council on Nation Branding* (PCNB) yang diberi mandat untuk melaksanakan 10 poin aksi, di mana salah satu poinnya adalah mengadopsi program *Korean Wave*.

Kebijakan Lee Myung-bak terhadap *Korean Wave* terus dilanjutkan oleh pemerintah Korea Selatan hingga saat ini. Situs Kementerian Luar Negeri Korea Selatan menjelaskan bahwa "*Hallyu* (gelombang Korea) berfungsi sebagai elemen penting dalam diplomasi publik Korea". Sementara itu, diplomasi publik merupakan salah satu fokus diplomasi Korea Selatan yang digunakan untuk mencapai kepentingannya. Perhatian Korea Selatan terhadap diplomasi publiknya juga terlihat dari alokasi anggaran yang cukup besar untuk pelaksanaannya. Pada tahun 2016, anggaran Kemlu tercatat sebesar 17,8 miliar won atau 16,18 juta dolar. Jumlah ini terus ditingkatkan oleh pemerintah, seperti yang dilaporkan oleh situs kementerian luar negeri mereka. Pengadopsian *Korean Wave* sebagai elemen diplomasi publik didasari oleh ambisi untuk menjadikan Korea Selatan sebagai negara maju dengan citra yang positif. Aspek budaya dianggap sebagai salah satu alat untuk mencapai target tersebut, mengingat kekayaan budaya yang dimiliki negara ini. Selain kemajuan di bidang ekonomi, *Korean Wave* juga dianggap sebagai aset *soft power* yang pada dasarnya juga mendukung kemajuan yang dicanangkan Korea Selatan.

Korean Wave berpusat pada budaya populer dan diekspor ke berbagai negara dalam bentuk pertunjukan budaya melalui drama televisi, film, musik K-Pop, animasi dan permainan, yang melayani audiens yang beragam dari berbagai lapisan masyarakat dan generasi. Produk budaya ini memiliki daya tarik yang luas karena secara efektif memadukan unsur-unsur modernitas, teknologi, tradisi dan nilai-nilai moral. *Korean Wave* telah berkembang menjadi alat *soft power* Korea Selatan, yang melibatkan berbagai aktor seperti pemerintah Korea Selatan, media, industri budaya dan komersial. Selain itu, proses penyebarannya melibatkan agenda *setting* dan *attraction*. Dalam konteks ini, para pemangku kepentingan dalam negeri, yang bertindak sebagai *referee* atau mediator, memanfaatkan *Korean Wave* sebagai instrumen *soft power*. Sebaliknya, negara-negara di Asia, Eropa, Amerika dan Timur Tengah berperan sebagai

receiver, menuai keuntungan dari pengaruh *Korean Wave*.

Selain itu, *Korean Wave* juga berperan dalam agenda *setting*. Hal tersebut bermula dari kebutuhan untuk menghidupkan kembali ekonomi Korea Selatan setelah krisis keuangan tahun 1998. Setelah itu, pemerintah mulai melihat *Korean Wave* sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi Korea Selatan di kancah global, dengan harapan bahwa hal tersebut akan meningkatkan permintaan akan produk budaya dan pariwisata Korea Selatan. Gelombang Korea dimanfaatkan sebagai alat *soft power* untuk menciptakan citra dan profil internasional yang khas bagi Korea Selatan. Sejak saat itu, Gelombang Korea telah digunakan sebagai sarana *soft power* untuk meningkatkan popularitas Korea Selatan di panggung global. Dengan memadukan modernitas gaya Barat dengan nilai-nilai tradisional Korea Selatan dan prinsip-prinsip kebersamaan, *Korean Wave* telah berhasil menarik perhatian penonton dari budaya Barat dan Timur, yang memungkinkan mereka untuk mengapresiasi persembahan budaya Korea Selatan (Suryani, 2014).

South Korea's Investments in Cultural Diplomacy

Kebangkitan dan kejayaan *Korean Wave* sangat ditentukan oleh upaya kolaboratif dari aktor-aktor negara dan non-negara. Pemerintah Korea Selatan, khususnya, telah memainkan peran penting dalam sinergi ini, bersama dengan pelaku bisnis, masyarakat, selebritas dan media. Keterlibatan pemerintah dalam mendorong *Korean Wave* dimulai sejak tahun 1960 ketika pemerintah memulai strategi untuk mendukung penyebarannya. Kerangka kerja kebijakan ini dirumuskan pada masa pemerintahan Yoon Bo Seon dari tahun 1960 hingga 1962 dan dilanjutkan pada masa pemerintahan Park Chung Hee dari tahun 1963 hingga 1979.

Kerangka kebijakan ini mencakup beberapa elemen kunci, termasuk Undang-Undang Pertunjukan Publik tahun 1961, Undang-Undang Perfilman tahun 1962, Undang-Undang Promosi Budaya dan Seni tahun 1972, Publikasi Rencana Lima Tahun

untuk Promosi Budaya dan Seni pada tahun 1973 dan Undang-Undang Promosi Budaya dan Seni No. 10108 yang disahkan pada tanggal 17 Maret 2010 (Sari, 2020).

Melihat adanya dukungan yang cukup besar terhadap sektor budaya, Presiden Korea Selatan memang dikenal sebagai presiden yang cenderung mengedepankan pelaksanaan diplomasi publiknya. Dimulai pada respon positif pada masa pemerintahan Presiden Lee Myung-bak. Presiden Lee Myung-bak memasukkan *Korean Wave* ke dalam program PCNB, sebuah dewan yang dibentuk oleh pemerintah untuk melakukan *branding* terhadap negaranya. Hal ini merupakan langkah awal pemerintah dalam melembagakan *Korean Wave* yang pada awalnya lebih merupakan fenomena kesuksesan produk budaya yang dikelola oleh aktor non-negara. Presiden-presiden berikutnya juga memberikan perhatian besar terhadap Gelombang Korea.

Dukungan kebijakan lain yang dikeluarkan oleh pemerintah Korea Selatan dalam mendukung industri budayanya adalah terkait pembentukan berbagai lembaga; baik lembaga yang berada langsung di bawah pemerintah maupun lembaga yang berafiliasi dengan pemerintah. Dewan-dewan dan lembaga-lembaga ini merupakan perpanjangan tangan pemerintah dalam melakukan koordinasi, promosi dan eksekusi berbagai produk budaya Korea Selatan. Telah disebutkan sebelumnya bahwa pemerintahan Presiden Lee Myung-bak membentuk sebuah dewan pencitraan bangsa yang diberi nama PCNB. PCNB merupakan contoh lembaga yang berada langsung di bawah pemerintah, di mana koordinasinya langsung di bawah wewenang presiden. PCNB kemudian mendirikan *King Sejong Institute* yang tersebar di berbagai negara yang berfokus pada pembelajaran bahasa Korea. Kemudian pada tahun 1995, pemerintah mendirikan Biro Industri Budaya untuk memantau perkembangan industri budaya negara tersebut. Selain itu, adapun berbagai lembaga lain seperti:

- KOCCA (*Korea Creative Content Agency*): lembaga yang didirikan pada tahun 2009 dengan tujuan untuk

- mendukung dan mempromosikan berbagai bidang industri kreatif melalui pengembangan di pasar global.
- KOFIC (*Korea Film Council*): lembaga yang didirikan pada tahun 1973 dengan tujuan mendukung dan mempromosikan industri film Korea Selatan.
 - KCC (*Korean Cultural Center*): pusat bahasa dan budaya dengan program-program seperti pembelajaran bahasa Korea dan pemutaran film.
 - KOICA (*Korea International Cooperation Strategy*): terkait dengan kerja sama dan pengembangan bisnis.
 - KOFICE (Yayasan Korea untuk Pertukaran Budaya Internasional): berkonsentrasi pada skema pertukaran pelajar.
 - KOCIS (*Korea Culture and Information Service*): bertujuan untuk meningkatkan *branding* nasional Korea Selatan dengan berfokus pada promosi budaya melalui berbagai pusat budaya Korea.
 - KTO (*Korea Tourism Organization*): bertujuan untuk mempromosikan industri pariwisata Korea Selatan melalui berbagai kegiatan termasuk pameran, proyek kerja sama pariwisata dan berbagai kegiatan budaya (Sari, 2020).

Pemerintah Korea Selatan menyiapkan berbagai lembaga untuk mendukung kemajuan industri budaya; lembaga-lembaga ini dapat berupa lembaga pemerintah atau lembaga yang berafiliasi dengan pemerintah. Ada juga kebijakan-kebijakan lain yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk memajukan industri budayanya. Salah satu contohnya adalah dengan memprioritaskan pertumbuhan industri strategis, menyusun serangkaian rencana pembangunan, memberikan bantuan keuangan dan mengontrol ketersediaan tenaga kerja. Pada masa kepemimpinan Kim Dae Jung antara tahun 1998-2002, pemerintah membangun infrastruktur yang dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang dengan memberikan bantuan dana. Rencana dan kebijakan khusus untuk membantu produk budaya menembus pasar

global juga telah disusun pada masa pemerintahan Roh Moo-hyun. Selain itu, pada tahun 2015, bank pemerintah, *Korean Development Bank* (KDB) juga memberikan dukungan terhadap sektor budaya dengan memberikan dana sebesar 100 miliar won kepada *Korea Broadcasting Station* (KBS) untuk kebutuhan konten kreatif.

The Economic and Social Effects of the Korean Wave

Hallyu berfungsi sebagai mekanisme untuk mempromosikan berbagai produk yang bernilai ekonomis, termasuk ekspor, pariwisata dan barang-barang komersial. Setelah kemunculan *Hallyu* pada akhir tahun 1990-an, Korea Selatan menyaksikan lonjakan yang signifikan dalam jumlah wisatawan asing di sektor pariwisatanya. Selain meraup keuntungan dari ekspor dan industri pariwisata, Korea Selatan juga mendapatkan keuntungan besar dari pemasaran dan penjualan produk budaya (Bae et al., 2017). Nilai ekspor program televisi Korea menunjukkan peningkatan yang luar biasa dari tahun 2000 hingga 2007, melonjak dari 13 juta dolar AS pada tahun 2000 menjadi 162 juta dolar AS pada tahun 2007. Khususnya, pada tahun 2000, impor program televisi Korea melampaui ekspor sebesar \$29 juta, tetapi pada tahun 2006, situasinya berbalik, dengan Korea Selatan mengekspor sekitar \$130 juta lebih banyak daripada impor senilai \$32 juta.

Korea Selatan juga menuai keuntungan ekonomi yang signifikan dari kesuksesan musik K-pop dan K-drama, yang dicontohkan oleh dampak dari fenomena populer seperti *Squid Game* dan grup BTS. Kedua fenomena budaya ini telah memberikan kontribusi besar bagi perekonomian Korea Selatan. Sebagai contoh, BTS saja memiliki dampak ekonomi tahunan melebihi 5,5 triliun won. Pada bulan Desember 2018, *Hyundai Research Institute* (HRI) memperkirakan bahwa BTS menghasilkan sekitar 4 triliun won (\$3,54 miliar) dalam nilai ekonomi untuk negara setiap tahun, bersama dengan tambahan 1,42 triliun won (\$1,26 miliar) dalam nilai tambah setiap tahun. Menurut analisis pendapatan Statista pada tahun 2018, kontribusi BTS

terhadap PDB Korea Selatan hampir setara dengan *Korean Air*. Laporan terbaru menunjukkan bahwa dampak ekonomi saat ini mencapai \$4,9 miliar, setara dengan sekitar 5,6 triliun won. *Hyundai Research Institute* memproyeksikan bahwa dalam satu dekade, BTS akan memiliki dampak ekonomi sebesar 56,2 triliun won (\$49,8 miliar), melampaui dampak ekonomi dari Olimpiade Musim Dingin Pyeongchang 2018 yang mencapai 41,6 triliun won (Rahman, 2020). Menurut sebuah laporan pada tahun 2019, BTS memiliki efek pada barang-barang konsumen, seperti pakaian sebanyak \$2,026 miliar, kosmetik sebanyak \$2,8 miliar dan makanan sebanyak \$3,96 miliar. BTS pun menjadi salah satu faktor dalam kenaikan BOP Korea Selatan. Korea Selatan Sistem Statistik Ekonomi *Bank of Korea* menyatakan bahwa BOP Korea Selatan (neraca pembayaran yang merupakan total transaksi ekonomi antara suatu negara dan dunia) untuk sektor musik dan hiburan mencapai \$114,7 juta pada kuartal I pada tahun 2019 karena dua alasan utama, yaitu peningkatan hubungan antara Cina dan Korea Selatan dan kesuksesan global BTS. Studi yang dilakukan oleh *Korean Foundation* menunjukkan bahwa dampak ekonomi langsung dari *Hallyu* telah meningkat dua kali lipat antara tahun 2016 dan 2019, serta terus meningkat secara konsisten, begitu pula dengan dampak ekonomi tidak langsungnya, seperti ekspor barang konsumsi dan pariwisata.

Korean Wave Impact on South Korea's Foreign Policy Decisions

Dalam hal implementasi kebijakan luar negeri, fokus Korea Selatan pada dimensi budaya dimulai pada tahun 1961, ditandai dengan upaya untuk melestarikan budayanya sendiri dan menolak pengaruh eksternal melalui kebijakan dan undang-undang budaya. Meskipun kebijakan-kebijakan ini tidak selalu berada di garda terdepan, pergeseran penting terjadi pada tahun 1992 ketika seorang presiden sipil menjabat, mendorong penekanan yang lebih besar pada pemeliharaan budaya Korea Selatan, termasuk K-pop. Selama masa kepresidenan yang berbeda, ada berbagai kebijakan yang

berbeda, namun Kementerian Luar Negeri (MOFA) dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga & Pariwisata (MCST) memainkan peran penting dalam pelaksanaannya.

Sebagai gambaran, selama kepemimpinan Roh Moo Hyun dan Lee Myung Bak, pendekatan yang berbeda diambil oleh mereka. Di bawah Roh Moo Hyun, kebijakan luar negeri diprioritaskan untuk meningkatkan identitas internasional Korea Selatan dengan mendorong daya saing industri budaya. Hal ini termasuk reorganisasi Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata. Deklarasi Bersama tentang Kemitraan Strategis mencerminkan pendekatan ini, yang mencakup kerja sama di berbagai sektor seperti politik, keamanan, ekonomi dan sosial-budaya. Keterlibatan masyarakat juga menonjol, yang dicontohkan oleh kebijakan *Han Style* atau *Han Brand* yang bertujuan untuk mengglokan budaya tradisional Korea. Sebaliknya, pemerintahan Lee Myung Bak memperkenalkan konsep *value diplomacy* dan *complex diplomacy* sebagai strategi utama untuk meningkatkan citra Korea Selatan di panggung dunia. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan diplomasi dan budaya Korea Selatan, sekaligus meningkatkan citra bangsa. Untuk mencapai tujuan ini, pemerintahan Presiden Lee berinvestasi dalam mengembangkan individu-individu yang cakap dan mampu menunjukkan potensi Korea Selatan dalam skala nasional dan internasional. Melalui upaya ini, Korea Selatan memanfaatkan kekuatan lunaknya untuk memperkuat posisinya sebagai aktor internasional (Padmo, 2021).

Dalam ranah kebijakan luar negeri dan politik, sangat penting untuk mempertimbangkan bahwa fenomena K-Pop terkait erat dengan faktor politik, ekonomi, dan militer nasional dan internasional. Fenomena *Korean Wave* dilandasi oleh tiga faktor determinan yang memengaruhi pengambilan kebijakan yaitu (1) Kondisi Politik Domestik, ditandai dengan pergantian presiden dari latar belakang militer ke latar belakang sipil sehingga lebih terbuka terhadap isu-isu budaya, (2) Kondisi Ekonomi dan Militer, ditandai dengan kondisi ekonomi dan

militer Korea Selatan yang mulai stabil, (3) Kondisi Politik Luar Negeri, ditandai dengan ekonomi dan militer Korea Selatan yang mulai stabil dan (3) Konteks Internasional, ditandai dengan Korea Selatan yang mulai berpartisipasi aktif dalam meningkatkan *national branding* dan percaya bahwa Korea Selatan layak mendapatkan rasa hormat dan penghargaan dari dunia internasional. Keseriusan pemerintah Korea Selatan sejak awal 90-an hingga saat ini dalam mendukung K-Pop telah tertuang dalam deretan *Republic of Korea Diplomatic White Paper*. Di antaranya sebagai berikut:

- *Diplomatic White Book* 2006: pemerintah Korea Selatan mengindikasikan bahwa dalam kerangka kebijakan luar negerinya, Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata memiliki peran penting dalam memperkenalkan *Korean Wave* untuk mencapai tujuan nasional Korea Selatan dalam membangun citra positif. Ini terkait dengan upaya diplomasi yang dikordinasikan oleh Kementerian Luar Negeri yang bertujuan meningkatkan kegiatan kebudayaan dan mendukung citra nasional Republik Korea.
- *Diplomatic White Book* 2008: pemerintah Korea Selatan menjelaskan bahwa dalam persaingan internasional, budaya menjadi elemen kunci dan alat yang berharga untuk menciptakan nilai tambah. Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan Korea Selatan berusaha memanfaatkan berbagai kegiatan yang terkait dengan diplomasi budaya untuk mempromosikan kepentingan nasional Korea Selatan. Mereka juga menekankan peran koordinatif Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan dalam diplomasi budaya, termasuk penyelenggaraan konferensi bersama dengan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata untuk mengkoordinasikan program pertukaran budaya di luar negeri yang dilaksanakan oleh berbagai organisasi dan instansi.
- *Diplomatic White Book* 2011: dijelaskan bahwa misi Kementerian Luar Negeri

dan Perdagangan adalah untuk memajukan diplomasi *Korean Wave* dengan memberikan keistimewaan kepada stasiun televisi asing agar mereka dapat memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui konten video yang menggambarkan kekayaan budaya negara Korea di luar negeri.

- *Diplomatic White Book* 2016: pemerintah Korea Selatan juga secara aktif mendukung perkembangan K-pop dengan mengadakan berbagai festival K-pop di berbagai wilayah. Dukungan ini sangat terlihat dalam informasi yang disampaikan oleh Kementerian Luar Negeri dalam dokumen "*Diplomatic White Book*" pada tahun 2016. Kementerian Luar Negeri telah menambahkan dimensi sosial dari fenomena *Hallyu* di luar negeri dan terus mendorong perkembangan *Korean Wave* melalui misi diplomatik Korea di seluruh dunia. Mereka telah memfasilitasi berbagai acara seperti Festival K-Pop, Festival *K-Food World*, kompetisi *The Quiz on Korea* dan tantangan video, bekerja sama dengan stasiun televisi ternama seperti KBS, MBC dan Arirang TV (Ismail, 2023).

Melalui seluruh dukungan dari seluruh aktor (pemerintah, pihak swasta, LSM dan sebagainya) *Korean Wave*, telah berhasil memikat masyarakat global, *K-Wave* telah memperkenalkan mereka pada budaya Korea Selatan dengan lebih mendalam. Dampak positif dari *Korean Wave* tidak hanya dirasakan oleh pemangku kepentingan dalam industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga memberikan manfaat signifikan kepada pemerintah Korea Selatan. Melihat pada banyaknya perhatian dan kebijakan pemerintah yang diarahkan menuju sektor *Korean Wave*, hal tersebut secara langsung menunjukkan betapa pentingnya instrumen *Korean Wave* sebagai sarana pengembang *soft power* dan diplomasi publik di Korea, terutama dalam mendukung pembangunan citra negara yang positif dalam lingkungan internasional.

KESIMPULAN

Pada abad ke-21, di mana opini publik memainkan peran yang lebih besar dalam hubungan internasional, diplomasi publik dapat digunakan untuk membangun dukungan untuk inisiatif kebijakan luar negeri, mempromosikan kepentingan nasional dan melawan stereotip negatif. *Korean Wave* bukan hanya fenomena budaya, tetapi juga merupakan instrumen kebijakan luar negeri yang relevan dan efektif bagi Korea Selatan. Di tengah dinamika geopolitik global, *Korean Wave* telah membuka pintu bagi Korea Selatan untuk lebih memengaruhi dan berinteraksi dengan dunia. Hal ini menunjukkan pentingnya diplomasi kebudayaan dalam merancang strategi luar negeri yang sukses. Dalam era globalisasi ini, budaya dan diplomasi tidak bisa dipisahkan. *Korean Wave* adalah bukti nyata bagaimana kekuatan budaya dapat membentuk pandangan dunia dan kebijakan luar negeri sebuah negara. *Korean Wave* telah menjadi alat yang ampuh untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilai Korea Selatan di seluruh dunia. Kemampuannya dalam menciptakan citra positif Korea Selatan dan rakyatnya telah berkontribusi dalam membangun niat baik dan kepercayaan dengan negara-negara lain. Hal tersebut telah memungkinkan Korea Selatan untuk mengejar tujuan kebijakan luar negerinya secara lebih efektif, seperti memperkuat aliansinya, mempromosikan kerja sama ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Ayhan, K. J. (2020). An exploration of Korean discourses on public diplomacy. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 19(1), 31-42.

Bae, E. S., Chang, M., Park, E. S., & Kim, D. C. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(4), 22.

Cho, Y. Y. (2012). Public diplomacy and South Korea's strategies. *The Korean Journal of International Studies*, 10(2), 275-296.

Fahrissa, T. R. (2022). Exports Driven by Hallyu Increasing South Korea's

Economic Growth-Cultural Diplomacy Approach. *Jurnal Hubungan Internasional*, 15(1).

- Ji-Hye, S. (2022). What is behind South Korea's growth in soft power? Online at <https://asianews.network/what-is-behind-south-koreas-growth-in-soft-power/>.
- Nye Jr, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 94-109.
- Padmo, A. A. F. P., Khumaini, A., Perdana, A., & Senna, M. A. (2020). Diplomasi Kpop Sebagai Kebijakan Luar Negeri Korea Selatan Terhadap Indonesia. *Jurnal PIR Vol*, 5(1).
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). Hallyu (Korean Wave) as part of South Korea's cultural diplomacy and its impact on cultural hybridity in Indonesia. *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 1(01), 87-116.
- Rahman, R. A. (2020). *THE CONTRIBUTION AND IMPACT OF THE PHENOMENAL K-POP BTS (BANGTAN SEONYEONDAN) TO SOUTH KOREA'S ECONOMY AND CULTURE* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Sari, L. P. (2020). ANALISIS KOREAN WAVE SEBAGAI BENTUK SOFT DIPLOMACY YANG EFEKTIF DIBIDANG KEBUDAYAAN. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 3(02), 13-25.
- Suryani, N. P. E. (2014). Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Jurnal Politik Internasional Universitas Indonesia*.
- Thussu, D. K. (2006). Media on the move: Global flow and contra-flow. *Routledge*.