

GLOBAL INSIGHTS JOURNAL

Jurnal Mahasiswa Program Studi
Ilmu Hubungan Internasional - FISIP - UNJANI
<https://ejournal.fisip.unjani.ac.id/index.php/GIJ>



DOI : <https://doi.org/10.36859/gij.v2i2.3333>

Vol. 02 No. 02 Tahun 2025

Article Informations
Corresponding Email:
zvania031@gmail.com

Received: 13/02/2025; Accepted:
23/02/2025; Published: 30/06/2025

DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA TAHUN 2021-2023

**Zahra Vania Indra Lestari¹⁾, Renaldo Benarrivo²⁾, Taufan Herdansyah
Akbar³⁾**

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Penelitian ini menganalisa terkait upaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menyebarluaskan budayanya melalui Korean Cultural Center. Masuknya budaya popular Korea Selatan ke Indonesia dapat menciptakan hubungan yang semakin erat antar kedua negara. Melalui budaya popular, pemerintah melihat antusias masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan, membuat Korea Selatan memanfaatkannya perkembangan budaya korea di Indonesia salah satunya dengan membuka pusat kebudayaan yaitu *Korean Culture Center* di Jakarta. *Korean Culture Center* mengadakan festival-festival budaya Korea di Indonesia merupakan salah satu bentuk dan strategi yang dilakukan Korea Selatan, dimana tidak hanya budaya popular namun juga turut menggabungkan dengan budaya tradisionalnya. Dalam penilitian penulis menggunakan pendeketan liberalisme. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan sumber data sekunder dimana peneliti menggunakan teknik studi kepustakaan dan literature lainnya. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan *three keys area* menurut Schneider melalui film, music dan literature, Korea Selatan telah berhasil melakukan berbagai macam upaya untuk menyebarluaskan budaya mereka. Melalui program ataupun kegiatan-kegiatan yang tidak hanya berfokus pada budaya popular.

Kata Kunci: Diplomasi Budaya, Korean Cultural Center, Korea Selatan, Indonesia

Abstract

This study analyzes the efforts made by South Korea in spreading its culture through the Korean Cultural Center. The entry of South Korean popular culture into Indonesia can create closer relations between the two countries. Through popular culture, the government sees the enthusiasm of the Indonesian people towards South Korean culture, making South Korea take advantage of the development of Korean culture in Indonesia, one of which is by opening a cultural center, namely the Korean Culture Center in Jakarta. The Korean Culture Center holds Korean cultural festivals in Indonesia as one of the forms and strategies carried out by South Korea, where not only popular culture but also combines it with its traditional culture. In this study, the author uses a liberalism approach. This study was conducted using a qualitative method with secondary data sources where researchers used library study techniques and other literature. From the results of research conducted by researchers with three key areas according to Schneider through film, music and literature, South Korea has succeeded in making various efforts to spread their culture. Through programs or activities that do not only focus on popular culture.

Keywords: Cultural Diplomacy, Korean Cultural Center, South Korean, Indonesia

PENDAHULUAN

Diplomasi merupakan seni negosiasi yang dapat mewakili suatu negara ataupun organisasi serta merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu negara untuk menjalin hubungan dengan negara lain. Di dunia internasional, diplomasi merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk dapat mencapai kepentingan nasional suatu negara. Diplomasi berkaitan dengan budaya, ekonomi, serta perdagangan.¹ Diplomasi dilakukan oleh perwakilan negara sebagai bentuk komunikasi dalam mengelola hubungan internasional. Sebagai elemen penting dalam hubungan internasional, saat ini praktik diplomasi telah berkembang pesat.² Perubahan global merupakan salah satu faktor perkembangan diplomasi, dengan melibatkan negara serta organisasi internasional.

Diplomasi dilakukan untuk mencapai kepentingan nasional, setiap negara pasti memiliki kepentingannya masing-masing. Kepentingan dalam bidang politik, ekonomi, keamanan, sosial dan budaya. Untuk mencapai kepentingan tersebut, negara dapat menerapkan *hard diplomacy* maupun *soft diplomacy*. *Hard diplomacy* merupakan metode diplomasi dengan pendekatan militer baik itu menggunakan kekuatan ataupun ancaman. Sedangkan *soft diplomacy* merupakan metode diplomasi dengan

¹ Asep Setiawan. *Diktat Teori dan Praktik Diplomasi*. Jakarta: Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2016.

² Somendra Lal Roy. *Diplomasi*. Terj. Herwanto, Mirsawati. Jakarta: Rajawali Pers, 1991.

pendekatan melalui sosial, budaya, ideologi ataupun kebijakan.³ *Soft diplomacy* digunakan untuk membangun citra positif suatu negara tanpa kekerasan dengan mempengaruhi opini publik terhadap negara tersebut melalui promosi budaya dalam membangun kepercayaan hingga hubungan yang menguntungkan.

Diplomasi public merupakan bentuk *soft diplomacy* yang kini menjadi salah satu alat penting dalam hubungan internasional, negara berusaha untuk memperkenalkan identitas, budaya, dan daya tarik mereka kepada dunia luar. Tujuan utama dari diplomasi publik adalah memperkuat hubungan antarbudaya, mempromosikan nilai-nilai positif negara, serta meningkatkan pemahaman dan kerjasama lintas negara. Diplomasi public didefinisikan sebagai suatu upaya untuk mencapai kepentingan nasional Negara dengan *understanding, informing and influencing foreign audiences*. Mempengaruhi publi dengan cara positif untuk mempromosikan kepentingan negara dan mengubah sudut pandang masyarakat internasional terhadap suatu negara.⁴

Diplomasi publik juga merupakan alat yang banyak digunakan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara dalam berhubungan dengan negara lain. Dalam dilomasi publik, negara bukanlah satu-satunya aktor. Terdapat juga aktor non-negara yang berperan dalam diplomasi publik seperti perusahaan-perusahaan multinasional dan transnasional, media, serta individu-individu tertentu.⁵ Korea selatan merupakan salah satu negara dengan diplomasi publik yang efektif, melalui budaya populer yang dikenal dengan fenomena *Korean wave* (Hallyu) dengan menarik penggemar dari seluruh dunia hal ini dimanfaatkan oleh Korea Selatan dalam memperkenalkan budaya dan nilai-nilai positif negaranya kepada masyarakat internasional.⁶

³ G.R. Berridge. *Fifth Edition Diplomacy: Theory and Practice*. (Switzerland: Springer Nature, 2022) DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-85931-2>

⁴ Frisca Alexandra and Dadang Ilham Kurniawan Mujiono. *Pengantar Diplomasi; Sejarah, Teori Dan Studi Kasus*. Samarinda: Mulawarman University PRESS, 2019.

⁵ Safira Devi Amorita. "Peran Non Governmental Organization sebagai Aktor Diplomasi Budaya Indonesia (Studi Kasus: Program Kebudayaan Rumata'Artspace)." Universitas Hasanuddin. 2021.

⁶ Riris Rihadatul Aisy. "Boy Group "BTS" as One of Instrument of South Korea's Soft Power Diplomacy (Boy Group "BTS" sebagai Salah Satu Instrumen dalam Diplomasi Soft Power Korea Selatan)." *ResearchGate.net*. 2021,

Budaya merupakan identitas suatu negara dan sebuah negara dan ciri khas suatu kebudayaan negara dapat menjadi pembeda antara negara satu dengan negara lainnya.⁷ Ciri khas dari budaya sebuah negara dapat memudahkan masyarakat internasional untuk mengenali negara tersebut, karena setiap negara memiliki budaya yang unik. Dengan perbedaan bahasa, seni, musik, tarian, dan adat istiadat. Namun budaya bukan hanya budaya tradisional tapi ada juga budaya popular yang semakin berkembang sesuai perubahan zaman.

Budaya juga merupakan alat yang dapat digunakan dalam berdiplomasi dan disebut diplomasi budaya. Tindakan diplomasi budaya ini dapat dilakukan oleh pemerintah atau aktor non-negara seperti organisasi masyarakat atau individu, untuk dapat mempengaruhi hubungan dengan masyarakat atau negara melalui budaya.⁸ Diplomasi budaya merupakan upaya yang dilakukan untuk bertukar ide, informasi, seni budaya, serta aspek-aspek budaya lainnya yang terjadi antara negara dengan mesyarakat.⁹ Dengan adanya diplomasi budaya, negara dapat mewarisi budaya, tradisi dan nilai positifnya ke negara lain.

Korea Selatan merupakan negara di wilayah Asia Timur yang berdiri sejak tahun 1948 dengan kuas wilayah 100.363 km persegi dan memiliki jumlah populasi 51,8 juta jiwa. Saat ini Korea Selatan merupakan salah satu negara yang telah berkembang menjadi negara terkaya di Asia.¹⁰ Sebelum menjadi negara kaya, Korea Selatan merupakan salah satu negara termiskin namun Korea Selatan berhasil bangkit pada keberhasilannya tahun 1970-an dengan mengekspor alat elektronik milik

https://www.researchgate.net/publication/355445677_Boy_Group_BTS_sebagai_Salah_Satu_Instrument_dalam_Diplomasi_Soft_Power_Korea_Selatan.

⁷ Koentjaraningrat. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1985.

⁸ Metin Aksoy and Ahmet Servet Çiçek. "Redefining Diplomacy in the 21st Century & Examining the Characteristics of an Ideal Diplomat." *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Vol.7 No.3 (2018): 907-921. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/43001/520591>

⁹ John Lenczowski. *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. Washington: Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare, 2008.

http://europa2020.spiruharet.ro/fisiere/Diplomatie%20publica/Patrimoniu/Patrimoniu%20material/il_cultural_diplomacy_advance.pdf.

¹⁰ "South Korea Country Profile." BBC News (19 Juli 2023) diakses pada 6 Desember 2024. <https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-15289563>.

Samsung dan Hyundai.¹¹ Tidak hanya berkembang di sektor ekonomi, saat ini Korea Selatan juga berhasil untuk menyebarluaskan budaya populernya yaitu *Korean wave*.

Korean wave (*Hallyu*) merupakan istilah yang berarti kebudayaan Korea Selatan, istilah tersebut diberikan pada tahun 1997 oleh jurnalis yang berasal dari Beijing. Dalam satu dekade terakhir popularitas *Korean wave* telah menyebar hingga seluruh dunia, dimulai sejak akhir tahun 90-an Korea Selatan yang mulai mengembangkan seni di universitas-universitas Korea dengan membentuk departemen yang berbasiskan seni.¹² Hal ini merupakan upaya pemerintah Korea untuk menciptakan generasi muda yang terampil dan kreatif hingga dapat mengembangkan dan ikut serta mempromosikan budaya Korea.

Popularitas drama dan musik Korea pada tahun 90-an hingga memasuki tahun 2000-an sangat popular di Tiongkok dan Jepang, dimulai sejak drama dengan judul *What is Love* ditayangkan di Tiongkok hingga berhasil menjadi peringkat dua konten video impor Tiongkok sepanjang masa. Pada 2003 di Jepang menayangkan drama *Winter Sonata* dan popular di Jepang.¹³ Drama tersebut menjadi sangat popular dan lokasi syuting drama tersebut menjadi destinasi yang wajib dikunjungi oleh para wisatawan Jepang.

Dimulai di Tiongkok dan Jepang kemudian menyebar ke wilayah Asia Tenggara hingga ke seluruh dunia. Pada tahun 2000-an drama dan film Korea *Auntumn in My Heart* yang dirilis tahun 2000, *My Sassy Girl* yang dirilis pada tahun 2001, dan *Winter Sonata* yang dirilis pada tahun 2002 mendapatkan popularitas yang tinggi, tidak hanya di Tiongkok dan Jepang namun juga di negara-negara Asia seperti Taiwan, Hong Kong, Singapura,

¹¹ Fino Yurio Kristo, "Dulu Melarat, Ini Alasan Korea Selatan Kini Negara Kaya," *Detikinet* (26 April 2024) diakses pada 6 Desember 2024. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7311397/dulu-melarat-ini-alasan-korea-selatan-kini-negara-kaya>.

¹² Rajendra, Shakila. "How The Korean Wave Made a Global Spalsh." *Soundoflife* (4 Agustus 2020) diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.soundoflife.com/blogs/experiences/how-korean-wave-made-global-splash>.

¹³ Korea.net. "Hallyu (Korean Wave)." Korean Cultural Center UK, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/>.

Thailand, dan Vietnam.¹⁴ Tidak hanya dramanya namun juga korean pop dengan boyband dan girlband seperti TVXQ, SS501, *Super Junior*, *Girls Generation*, 2NE1, dan *Sistar* juga berhasil mendapatkan popularitas di Asia, hingga pada 2012 muncul fenomena *Gangnam Style* yang merupakan sebuah lagu K-pop milik PSY berhasil memasuki *Billboard AS* dan mendapat satu miliar penonton di youtube.¹⁵ Hal tersebut kemudian dapat memicu Korea Selatan menjadi pusat perhatian para masyarakat dunia.

Indonesia juga merupakan salah satu negara yang terkena dampak dari *Korean wave* ini, dimulai sejak tahun 2002 pertama kali ditayangkannya drama korea dengan banyaknya masyarakat yang berminat dan tertarik pada drama tersebut tercatat pada tahun 2011 sudah lebih dari 50 drama yang telah tayang di stasiun TV Indonesia.¹⁶ Dapak dari banyaknya peminat budaya popular di Indonesia yaitu dengan munculnya film maupun drama Korea yang diadaptasi.

Korean drama pada awal tahun 2000 merupakan titik awal banyaknya masyarakat Indonesia yang menyukai budaya popular lainnya, seperti K-pop, fashion, makeup, hingga saat ini banyak bermunculan tempat makan khas Korea selatan yang menjual hidangan korea ataupun dengan konsep korea, tempat kursus bahasa korea, hingga toko yang menjual pernak-pernik Korea Selatan.¹⁷ Munculnya fenomena ini menunjukan bahwa pengaruh budaya Korea Selatan telah masuk ke kehidupan masyarakat Indonesia, bukan hanya hiburan namun juga gaya hidupnya.

Masuknya budaya popular Korea Selatan ke Indonesia dapat menciptakan hubungan yang semakin erat antar kedua negara, dengan semakin terhubung tidak hanya pada bidang hiburan namun juga sosial, politik, ekonomi dan akademik. Hubungan diplomatic antara Korea

¹⁴ FWD Insurance. "Hallyu, Gelombang Korea Yang Menerjang Seantero Dunia." *FWD* (6 Mei 2023) diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.fwd.co.id/fwdmax/passionstory-fashion-and-music/hallyu-gelombang-korea-yang-menerjang-seantero-dunia/>.

¹⁵ Rajendra, Shakila. "How The Korean Wave Made a Global Spalsh." *Soundoflife* (4 Agustus 2020) diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.soundoflife.com/blogs/experiences/how-korean-wave-made-global-splash>.

¹⁶ Putri, Liany, dan Nuraeni. "K-Drama dan Penyebaran Korean wave di Indonesia." *ProTVF*. Vol.3 No.1 (2019): 68-80. <https://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/20940/10502>.

¹⁷ Ibid.,

Selatan dan Indonesia dimulai sejak September 1973 namun hubungan dengan tingkat konsuler sudah terjalin sejak Agustus 1966.¹⁸ Semenjak terjalannya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Indonesia, kedua negara berupaya dalam menjalin kerja sama, baik secara bilateral, regional, serta multilateral.

Pemerintahan Korea Selatan membentuk lembaga untuk mendukung penyebaran budaya Korea Selatan di Luar Negeri. Lembaga yang dibentuk yaitu KOCCA (*Korea Creative Content Agency*) lembaga ini bertugas untuk menangani industri konten kreatif Korea,¹⁹ KOFICE (*Korean Foundation For International Cultural Exchange*) lembaga yang bertanggung jawab untuk pertukaran budaya internasional,²⁰ KTO (*Korea Tourism Organization*) lembaga yang bertugas untuk memajukan sektor pariwisata Korea Selatan,²¹ dan KCC (*Korean Cultural Center*) merupakan lembaga yang bertugas untuk menyebarkan budaya serta mendukung pertukaran budaya Korea Selatan.²² Lembaga-lembaga ini berada dibawah naungan Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan (*Ministry of Culture, Sport, and Tourism*).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam mempromosikan budayanya di Indonesia yaitu dengan mendirikan *Korean Cultural Center Indonesia* (KCCI), KCCI beroperasi sejak 18 Juli 2011 hingga saat ini, dibentuk sebagai pusat informasi kebudayaan yang memperkenalkan budaya Korea Selatan di Indonesia dan berupaya agar masyarakat Indonesia dapat merasakan budaya Korea. KCC juga melakukan kerja sama pertukaran budaya Korea dan Indonesia untuk mempererat hubungan kedua negara. Saat ini KCC memiliki 35 Kantor di 30 negara, salah satunya di Indonesia.²³

¹⁸ "Hubungan Bilateral Dan Profil Negara." Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Seoul, Republik Korea, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://kemlu.go.id/seoul/kebijakan/hubungan-bilateral>.

¹⁹ "About KOCCA." KOCCA, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.kocca.kr/en/main.do>.

²⁰ "About KOFICE." KOFICE, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024.

http://eng.kofice.or.kr/about/about_2.asp.

²¹ "About KTO." Korea Tourism Organization, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024.

<https://kto.or.kr/eng/Vision>.

²² "Pengantar KCCI." Korean Cultural Center, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>.

²³ Hye Ri, Park. "Direktur KCC Seluruh Dunia Berkumpul Di Korea." Korea.net, n.d. (19 februari 2024) diakses pada 5 Desember. <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=247098>.

Korean Cultural Center tidak hanya berfokus pada penyebaran budaya popular namun juga berperan untuk memperkenalkan dan menyebarkan budaya tradisionalnya, *Korean Cultural Center* memanfaatkan social media untuk mempromosikan budaya Korea, KCC juga rutin untuk membagikan konten edukasi dan inspiratif mengenai budaya Korea, selain itu juga KCC secara aktif membagikan kegiatan-kegiatannya. KCC Indonesia memiliki *Instagram* @kcc.id dengan jumlah pengikut hingga 110.000,²⁴ *Facebook* dengan total 158.000 pengikut,²⁵ X atau yang lebih dikenal dengan *twitter* atas nama @KCC_Indonesia memiliki pengikut sebanyak 37.200,²⁶ dan *youtube* dengan nama KCC Indonesia telah memiliki 10.600 *subscriber*.²⁷ Ini merupakan jumlah pengikut yang tercatat pada November tahun 2024.

Kegiatan atau program yang dijalankan oleh KCC sangat beragam untuk dapat menarik minat masyarakat Indonesia. Mengetahui perkembangan *Korean wave* yang saat ini sangat pesat, mulai dari sector K-Movie, K-Pop, K-Drama, K-Fashion, K-Food. Terdapat kegiatan tahunan, dimana kegiatan ini diadakan setiap tahun seperti kelas bahasa dan budaya, *Korea Indonesia Film Festival* (KIFF), Pertunjukan seni musik dan tari tradisional, musical korea, *Seollal Festival*, *Chuseok Festival*, *Hanbok Experience* dll. Pada tahun 2021 terdapat acara *Hanbok & Batik Fashion Show*, acara ini dibentuk untuk memperromosikan program pertukaran budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dan Indonesia. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya berkaitan dengan budaya popular namun juga menampilkan/memberikan pengetahuan terkait budaya tradisionalnya, agar para masyarakat dapat merasakan dan mengetahui budaya Korea Selatan.

Perkembangan *korean wave* di dunia terus berkembang hingga saat ini, tercatat menurut laporan pada tahun 2019 terdapat 89 juta penggemar *korean wave* di 113 negara dengan lebih dari 70 juta berasal dari Asia dan

²⁴ “kcc.id.” *Instagram*. [instagram.com/kcc.id](https://www.instagram.com/kcc.id). Diakses pada 5 Desember 2024.

²⁵ “Korean Cultural Center Indonesia.” *Facebook*. [facebook.com/KCCIndonesia](https://www.facebook.com/KCCIndonesia). Diakses pada 5 Desember 2024.

²⁶ “[@KCC_Indonesia.” X. twitter.com/kcc_indonesia. Diakses pada 5 Desember 2024.

²⁷ “KCCIndonesia.” *Youtube*. <https://www.youtube.com/@KCCIndonesia>. Diakses pada 5 Desember 2024.

Oseania. Perkembangan dalam kualitas produksi film, drama, dan musik ini berpengaruh dalam mempertahankan perkembangan *korean wave*.²⁸ Munculnya idola-idola baru mulai dari generasi tiga hingga generasi keempat seperti EXO, BTS, BlackPink, RedVelvet, Aespa, Nmixx, Treasure, New Jeans menjadi salah satu dampak penyebaran budaya popular dengan menjangkau audiens yang semakin meluas dengan munculnya platform digital yang semakin beragam. Tercatat pada tahun 2020 pendapatan Korea dari Industri Film menurun hingga 16,7% dibanding tahun sebelumnya karena pandemic, namun karena pada tahun tersebut banyaknya minat penonton melalui platform Netflix kemudian penjualan k-drama meningkat hingga 25,9% disbanding tahun sebelumnya.²⁹

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti melihat penelitian ini sangat relevan melihat maraknya fenomena *korean wave* yang semakin berkembang, peneliti berpendapat hal ini seharusnya menjadi moment yang tepat untuk turut mempromosikan budaya tradisional Korea. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi dan upaya yang dilakukan oleh KCC selaku lembaga yang bertugas untuk menyebarkan budaya Korea Selatan serta program apa saja yang dijalankan dalam mempromosikan budaya korea sejak 2021-2023.

PEMBAHASAN

Sejarah Hubungan Korea Selatan dengan Indonesia

Hubungan konsuler antara kedua negara kemudian terjalin pada tahun 1966 dan kedua negara sepakat untuk menandatangani hubungan diplomatik antara kedua negara. Kemudian, pada bulan Desember tahun yang sama, Korea Selatan membuka konsulat jenderal di Jakarta. Indonesia juga membuka konsulat jenderal di Seoul pada Februari 1968. Setelah menjalin hubungan di tingkat konsuler, kedua negara kemudian

²⁸ Korean Wave (*Hallyu*) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture. MartinRoll, (Oktober 2021) diakses pada 5 Desember 2024. <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>.

²⁹ Bunga Kartikasari. “Pendapatan Industri Film Korea Selatan Menurun Drastis Selama Pandemi, Namun Drakor Melonjak Tajam.” Tribun Jogja, (14 Agustus 2020) diakses pada 5 Desember 2024. <https://jogja.tribunnews.com/2020/08/14/pendapatan-industri-film-korea-selatan-menurun-drastis-selama-pandemi-namun-drakor-melonjak-tajam?page=all>.

melanjutkan hubungan di tingkat yang lebih tinggi. Pada bulan September 1973, kedua negara menjalin hubungan diplomatik di tingkat duta besar. Hubungan antara kedua negara ini pada mulanya didasarkan pada fakta bahwa Indonesia telah menyediakan tenaga kerja, pasar yang luas, dan sumber daya alam dan mineral. Korea Selatan juga telah menyediakan teknologi, terutama dalam bidang teknologi informasi, telekomunikasi, dan industri besar.³⁰

Pada tahun 2006, Korea Selatan dan Indonesia telah menandatantangani perjanjian diplomatik yang dinamakan *Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in The 21th Century* oleh Presiden Roh Moo Hyun dan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang pada saat itu masih menjabat sebagai presiden. Pada tahun 2017 kemudian Presiden Moon Jae In dan Presiden Joko Widodo pun melanjutkan perjanjian tersebut. Berdasarkan perjanjian tersebut, Korea Selatan dan Indonesia akan bekerja sama dalam tiga bidang yaitu: politik dan keamanan, sosial dan budaya, dan perdagangan dan investasi.

Sejak terjalinnya hubungan diplomatik kedua negara, kedua negara telah banyak melakukan kunjungan timbal balik, mulai dari kunjungan kenegaraan Presiden Abdurrahman Wahid pada tahun 2000, kemudian kunjungan Presiden Joko Widodo pada tahun 2016, dan kunjungan Presiden Moon Jae-In pada tahun 2017. Disamping saling berkunjung dan mengikuti pertemuan-pertemuan internasional dengan negara lain, juga dilakukan berbagai kegiatan kerjasama di berbagai bidang, yang bertujuan untuk menjaga dan mempererat hubungan baik kedua negara.

Budaya Korea Selatan

Budaya Korea merupakan perpaduan harmonis tradisi kuno yang diwariskan dari generasi ke generasi dengan pengaruh budaya pop global. Warisan budaya tradisional Korea tercermin dalam seni pertunjukan seperti tari dan musik topeng, arsitektur istana dan kuil yang megah, serta kostum

³⁰ Eka Kartikawati Putri, 2019, "PENGARUH DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI KOREA-INDONESIA FILM FESTIVAL DALAM MENINGKATKAN APRESIASI MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP KEBUDAYAAN KOREA SELATAN".

tradisional hanbok yang elegan. Budaya tradisional Korea mencerminkan sejarah panjang dan peradaban kuno yang telah berkembang selama ribuan tahun. Tradisi luhur yang diwariskan dari generasi ke generasi masih ada dan dilestarikan hingga saat ini, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari identitas dan karakter nasional Korea. Korea Selatan memiliki warisan budaya yang kaya, yang berakar dalam sejarah panjangnya.

Korea tidak hanya kaya akan budaya tradisional tetapi juga memiliki budaya populer yang sangat mendunia. Gelombang Korea atau Hallyu, demikian fenomena ini dikenal, telah memikat hati jutaan orang di seluruh dunia. Budaya pop Korea mencakup banyak aspek, dari musik K-pop yang energik, drama Korea yang emosional, film yang menarik, mode populer, dan tren makanan. Budaya populer Korea Selatan telah berkembang sejak awal tahun 2000-an dan telah menjadi fenomena global yang dikenal sebagai "Gelombang Korea" atau "Hallyu". Teknologi dan inovasi digital juga telah menjadi bagian integral dari budaya populer Korea. Korea Selatan dikenal sebagai salah satu negara dengan konektivitas terbaik di dunia, dengan tingkat penetrasi internet dan telepon pintar yang sangat tinggi. Hal ini telah memicu pertumbuhan industri permainan daring yang canggih, platform streaming, dan media sosial.

Perkembangan Budaya Korea Selatan di Indonesia

Tumbuhnya budaya Korea di Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap industri kreatif kuliner lokal. Banyak pengusaha muda Indonesia yang membuka bisnis fusion cuisine yang memadukan cita rasa tradisional Indonesia dan Korea. Misalnya saja nasi goreng kimchi, rendang bulgogi, atau bahkan es krim rasa Korea. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, namun juga merambah ke kota-kota kecil sehingga banyak menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong kreativitas di industri kuliner.

Seni pertunjukan tradisional Korea juga mulai menarik perhatian para sarjana dan seniman Indonesia. Beberapa sekolah seni di Indonesia telah menyelenggarakan lokakarya dan pertunjukan seni tradisional Korea seperti *Samulnori* (musik perkusi tradisional) dan *Buchaechum* (tari kipas).

Kolaborasi antara seniman tradisional Indonesia dan Korea juga semakin populer, menciptakan pertunjukan fusion yang menarik dan unik yang menggabungkan unsur-unsur kedua budaya.

Pertumbuhan industri kreatif digital Indonesia juga dipengaruhi oleh budaya Korea. Banyak pembuat konten Indonesia yang mengkhususkan diri dalam konten bertema Korea, mulai dari tutorial tata rias Korea hingga ulasan produk Korea. Platform seperti TikTok dan Instagram penuh dengan konten yang sesuai dengan tren Korea tetapi memiliki sentuhan lokal yang khas. Bahkan, muncul pula genre konten baru, seperti “gaya Korea-India” yang menggabungkan elemen budaya kedua negara.

Di dunia fashion, banyak desainer muda Indonesia bermunculan, terinspirasi dengan memadukan unsur hanbok (pakaian tradisional Korea) dengan batik atau tekstil Indonesia. Kolaborasi ini menciptakan karya unik yang merayakan keindahan kedua budaya. Beberapa merek lokal juga mulai memproduksi pakaian muslim yang terinspirasi oleh gaya Korea, menciptakan segmen pasar baru yang disebut “K-Muslim Fashion.”

Industri kecantikan Indonesia sedang mengalami transformasi dengan munculnya merek lokal yang mengadopsi filosofi perawatan kulit Korea namun menggunakan bahan-bahan tradisional Indonesia. Produk seperti masker ekstrak herbal atau serum yang mengandung rempah-rempah lokal mulai populer, menggabungkan kearifan lokal dengan tren kecantikan Korea. Pertumbuhan budaya Korea juga berdampak pada sektor pendidikan informal di Indonesia. Selain kelas bahasa, berbagai lokakarya diadakan, mengajarkan keterampilan seperti memasak Korea, kaligrafi Korea (Hangeul), dan teknik melipat kertas tradisional Korea (Jong-i jeobgi). Beberapa sanggar tari tradisional Indonesia bahkan sudah mulai menawarkan kelas tari tradisional Korea.

Di dunia perfilman Indonesia, film-film yang mengangkat tema persahabatan atau cinta romantis antara Indonesia dan Korea mulai bermunculan. Kisah-kisah ini tidak hanya menghibur, tetapi juga menggambarkan persimpangan dua budaya, serta tantangan dan keindahan yang muncul dari perbedaan budaya. Beberapa produser film Indonesia juga

mulai mengadopsi teknik pembuatan film dan cerita gaya Korea dengan tetap mempertahankan konten lokal.

Festival-festival budaya yang menggabungkan elemen Indonesia dan Korea juga semakin sering diadakan. Event-event ini tidak hanya memamerkan aspek populer seperti K-Pop atau K-Drama, tetapi juga menampilkan seni tradisional kedua negara, pameran kerajinan tangan, dan workshop budaya, menciptakan ruang untuk pertukaran budaya yang lebih mendalam dan bermakna.

Upaya Korean Cultural Center di Indonesia

Film

Menurut Schneider, film termasuk dalam bidang diplomasi budaya. Film dapat mencerminkan budaya, nilai-nilai, dan sejarah suatu negara, bertindak sebagai jembatan untuk meningkatkan pemahaman lintas budaya melalui kemampuannya menyampaikan cerita yang kompleks dan menarik perhatian global.

- Korea Indoensia Festifal Film (KIFF)

Kegiatan Korea Indonesia Festival Film ini merupakan acara tahunan yang merupakan festival film tahunan yang telah diselenggarakan oleh *Korean Cultural Center* Indonesia (KCCI) bekerjasama dengan CGV Cinemas. Festival ini dijalankan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan film-film Korea dan Indonesia, serta mempererat hubungan budaya antara kedua negara melalui media film. Kegiatan ini juga kerap dibagian di social media KCCI maupun di website resmi KCCI.

- Acara Pemutaran Film Korea

Acara pemutaran film Korea ini merupakan acara rutin yang dilakukan oleh KCCI pada hamper di setiap bulannya. Penayangan dengan judul-judul yang berbeda di setiap penayangannya. Pada tahun 2021 terdapat penayangan yang dilakukan juga secara online, seperti pada penayangan film *The Sea Knows* yang dirilis tahun 1961 karya sutradara Kim Ki Young yang ditayangkan pada 21 hingga 28 Januari 2021. Dimana pada penayangan film ini juga bertujuan untuk

memberikan informasi mengenai sutradara-sutradara Korea luar biasa yang telah banyak menorehkan prestasi dalam sejarah perfilman Korea.

Musik

Schneider melihat musik sebagai bidang diplomasi budaya karena Schneider melihat musik dapat mendominasi dunia. Dalam diplomasi budaya, musik sering digunakan untuk membangun hubungan antarnegara, baik melalui pertunjukan langsung, kolaborasi antara musisi multikultural, atau melalui penyiaran musik populer suatu negara.

- Kpop Cover Dance Festival

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) secara rutin menyelenggarakan K-Pop Cover Dance Festival sebagai salah satu program utama untuk mempromosikan budaya K-Pop di Indonesia. Festival ini merupakan ajang bergengsi bagi komunitas cover dance K-Pop di Indonesia untuk menunjukkan bakat dan kreativitas mereka dalam membawakan koreografi grup K-Pop ternama. Acara ini bukan sekadar kompetisi tetapi juga tempat bagi penggemar K-Pop untuk berkumpul dan menciptakan jaringan komunitas yang lebih kuat.

- Kpop Academy

KPop Academy yang diselenggarakan oleh Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) merupakan acara yang dibuat guna mengembangkan bakat dan memberikan pemahaman mendalam tentang industri K-Pop bagi peserta Indonesia. Program ini tidak hanya berfokus pada aspek pertunjukan seperti menyanyi dan menari, tetapi juga memberikan gambaran menyeluruh tentang industri hiburan Korea, termasuk manajemen artis, produksi musik, dan standar profesionalisme dalam industri K-Pop. Program pelatihan K-Pop Academy dibagi menjadi beberapa modul utama termasuk pelatihan vokal, pelatihan tari, dan terdapat kelas khusus budaya.

- Musik tradisional

Pada 5 Januari tahun 2023, KCCI mengadakan acara dengan judul Kelas Teori Musik Tradisional, kelas ini bertujuan untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman lebih dalam mengenai

musik tradisional Korea atau yang disebut Gugak kepada masyarakat Indonesia. Seperti sejarah music tradisionalnya, jenis music tradisional, serta alat music tradisional.

- Tradisional Event

Dalam memeriahkan perayaan 50 tahun hubungan diplomatic antara Korea Selatan dan Indonesia, pada tahun 2023 terdepat acara Korea-Indonesia Students Traditional Music Performance. Acara ini dilakukan pada 28 Juli 2023 yang menampilkan mahasiswa dari Seoul National University (SNU) dan Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Pertujukan ini menampilkan musik tradisional dua negara, Korea dan Indonesia, termasuk juga kolaborasi.

Literatur

Schneider menganggap literatur sebagai bidang diplomasi budaya. Sastra memungkinkan pembaca memperoleh wawasan tentang perspektif, sejarah, dan nilai-nilai suatu budaya dan memperluas pemahaman antarbudaya.

- Kelas Bahasa

Program kursus bahasa ini merupakan salah satu program paling populer bagi orang Indonesia yang ingin belajar bahasa Korea. Program ini memberikan peserta kesempatan untuk belajar bahasa Korea dari tingkat pemula hingga tingkat lanjut, dengan kurikulum yang terstruktur dan materi pembelajaran yang komprehensif. Program ini dirancang untuk berbagai tingkat keterampilan, dari pemula (Level 1) hingga tingkat lanjut (Level 6), sesuai dengan standar kurikulum yang telah ditetapkan oleh Yayasan Institut Raja Sejong. Setiap tingkat studi dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bahasa Korea, yang mencakup keterampilan berbicara, mendengarkan, membaca, dan menulis.

- Review Buku

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) secara rutin menyelenggarakan program bedah buku untuk memperkenalkan sastra Korea kepada pembaca Indonesia. Program ini tidak hanya mencakup buku-buku kontemporer tetapi juga buku klasik Korea yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia atau Inggris. Acara

bedah buku ini menjadi wadah bagi para pecinta sastra untuk menggali kekayaan sastra Korea sekaligus mempelajari nilai-nilai budaya dan sosial yang dikandungnya. Format acara bedah buku KCCI dirancang secara interaktif dengan memperkenalkan para pakar sastra, penerjemah, dan cendekiawan yang memiliki pemahaman mendalam tentang sastra Korea.

- Lomba Debat

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) mengadakan lomba debat dengan bahasa Korea. Kompetisi Debat Korea ini merupakan salah satu program kompetitif yang menantang bagi pembelajar bahasa Korea tingkat lanjut. Tes ini dirancang tidak hanya untuk menguji kemampuan bahasa Korea para peserta tetapi juga untuk menguji kemampuan mereka dalam berpikir kritis, menganalisis, dan bernalar dalam bahasa Korea. Peserta kompetisi debat biasanya adalah mahasiswa aktif. Format debat yang digunakan mengikuti standar kompetisi debat internasional dengan penyesuaian untuk menyesuaikan konteks pembelajaran bahasa Korea.

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh Korean Cultural Center dalam menyabarkan budaya Korea Selatan. Menurut Chynthia P. Schneider yang menyebutkan bahwa terdapat kemungkinan dari diplomasi budaya dalam tiga kunci *areas*, yaitu melalui Film, music dan literature. Ketiga area kunci dari diplomasi budaya tersebut telah berhasil terpenuhi oleh Korean Cultural Center, dilihat juga melalui program ataupun kegiatan yang telah dilaksanakan Korean Cultural Center, seperti Korea Indonesia Festival Film (KIFF) dan Acara Pemutaran Film Korea melalui film, kemudian acara Kpop Cover Dance Festival, Kpop Academy, Musik Tradisional, Tradisional Event yang turut mempromosikan musik Korea baik modern ataupun tradisional, selain itu KCC juga mengadakan Kelas Bahasa, Review Buku, Lomba Debat untuk dapat menyebarkan literatur ataupun bahasa korea. Maka diplomasi budaya yang dijalankan Korean Cultural Center cukup maksimal. Menurut hasil analisis peneliti, diplomasi budaya

yang dilakukan Korea Selatan terhadap Indonesia telah berhasil menarik minat masyarakat Indonesia untuk belajar bahasa Korea dan mengenal seni serta budaya tradisional Korea Selatan, penulis melihat bahwa keberhasilan ini juga disebabkan dari kepopuleran Korean Wave serta komitmen dari pemerintah untuk mengembangkan Korean Wave juga dalam aktivitas diplomasi serta mendukung keberhasilan upaya diplomasi budaya.

REFERENSI/DAFTAR PUSTAKA

- Agis Anindia. "Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Korean Cultural Center dalam Program Hanbok Experience." (*MJIR Moestopo Journal of International Relations*. Vol.2 No.1 (2022): 63-76. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/2032>.
- Barry Fulton, *Reinventing Diplomacy in Information Age*, CSIS Washington D.C, 1998. <http://www.csis.org/ics/dia/>
- BBC News. "South Korea Country Profile." *BBC News*. 19 Juli 2023, diakses pada 6 Desember 2024. <https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-15289563>
- Bruce Gregory. "Public Diplomacy and National Security: Lessons from US Experience," *Small Wars Journal*.
- Bruce Gregory. "Public Diplomacy: The Sunrice of an Academic Field," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol.616 No.1 (2008): 274-290. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716207311723>
- Bunga Kartikasari. "Pendapatan Industri Film Korea Selatan Menurun Drastis Selama Pandemi, Namun Drakor Melonjak Tajam." *Tribun Jogja*, (14 Agustus 2020). <https://jogja.tribunnews.com/2020/08/14/pendapatan-industri-film-korea-selatan-menurun-drastis-selama-pandemi-namun-drakor-melonjak-tajam?page=all>.
- Chynthia P. Schneider. "Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd know It If You Saw It," *The Brown Journal of World Affairs*, Fall/Winter, Vol.XIII, Issues I. 2006.
- Fino Yurio Kristo, "Dulu Melarat, Ini Alasan Korea Selatan Kini Negara Kaya," *Detikinet* (26 April 2024). <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7311397/dulu-melarat-ini-alasan-korea-selatan-kini-negara-kaya>.
- FWD Insurance. "Hallyu, Gelombang Korea Yang Menerjang Seantero Dunia." FWD. 6 Mei 2023, diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.fwd.co.id/id/fwdmax/passionstory-fashion-and-music/hallyu-gelombang-korea-yang-menerjang-seantero-dunia/>

- G.R. Berridge. *Fifth Edition Diplomacy: Theory and Practice*. Switzerland, Springer Nature, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-85931-2>
- Humphrey Taylor, “*The Not-So-Black Atr of Publick Diplomacy*,” *World Policy Journal*, Winter 2007/2008, The World Policy Institute, 2008.
- Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, “K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia,” *ProTVF*, Vol.3, No.1 (2019): pp. 68–80, DOI:10.24198/ptvf.v3i1.20940
- John Lenczowski. “Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy,” *The Institute of World Politics*, 2008, pp. 1–30.
- Joseph S. Nye, Jr, “Public Diplomacy and Soft Power,” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616.1 (2008): 94–109, DOI: 10.1177/0002716207311699
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Hubungan Bilateral Dan Profil Negara.” *Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Seoul, Republik Korea*, n.d. <https://kemlu.go.id/seoul/kebijakan/hubungan-bilateral>.
- KOCCA. “About KOCCA.” KOCCA, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://www.kocca.kr/en/main.do>.
- KOFICE. “About KOFICE.” KOFICE, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. http://eng.kofice.or.kr/about/about_2.asp.
- Korean Cultural Center. “Pengantar KCCI.” Korean Cultural Center, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>.
- Korean Tourizm Organization. “About KTO.” Korea Tourism Organization, n.d. Diakses pada 5 Desember 2024. <https://knto.or.kr/eng/Vision>.
- Leonardo. “Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan – Indonesia,” *Global Political Studies Journal*, Vol.3 No.1 (2019): 1-32. DOI: <https://doi.org/10.34010/gpsjournal.v3i1.1997>.
- Lukita Perwita Sari. "Analisis Korean Wave Sebagai Bentuk Soft Diplomacy Yang Efektif Dibidang Kebudayaan." *Journal of Diplomacy and International Studies*. Vol 3. No.02 (2020): pp.13-25. <https://journal.uir.ac.id/index.php/jdis/article/view/12242>

M Syaprin Zahidi. "KSCC Dan Diplomasi Budaya Korea," *Insignia Journal of International Relations*, Vol.3, No.01 (2016): pp. 44, doi:10.20884/1.ins.2016.3.01.46

Maria Veri Diana Baun Yuel, Ariel Nethan, Ananda Dewin Ikhtiarin, Viola Marsela Agustin, Diansari Solihah Amini, and Yeyen Subandi, "Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korean Wave," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol.7, No.1 (2023): pp. 45–55, DOI:10.38043/jids.v7i1.3609

MartinRoll. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture. *MartinRoll*, (Oktober 2021).
<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>

Metin Aksoy and Ahmet Servet Çiçek. "Redefining Diplomacy in the 21st Century & Examining the Characteristics of an Ideal Diplomat." *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Vol.7 No.3 (2018): pp, 907-921.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/43001/520591>

Park Hye Ri. "Direktur KCC Seluruh Dunia Berkumpul Di Korea." *Korea.net*, n.d, (19 februari 2024).
<https://indonesian.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=247098>.

Riris Rihadatul Aisy. "Boy Group “BTS” as One of Instrument of South Korea’s Soft Power Diplomacy (Boy Group “BTS” sebagai Salah Satu Instrumen dalam Diplomasi Soft Power Korea Selatan)." *ResearchGate.net*. 2021,
https://www.researchgate.net/publication/355445677_Boy_Group_BTS_sebagai_Salah_Satu_Instrumen_dalam_Diplomasi_Soft_Power_Korea_Selatan.

Safira Devi Amorita. "Peran Non Governmental Organization sebagai Aktor Diplomasi Budaya Indonesia (Studi Kasus: Program Kebudayaan Rumata’Artspace)." Universitas Hasanuddin. 2021.

Shakila Rajendra. "Bagaimana Gelombang Korea Merambah Dunia," *Soundoflife*, 4 Agustus 2020.
<https://www.soundoflife.com/blogs/experiences/how-korean-wave-made-global-splash>.

Simon Mark. "A greater Role for Cultural Diplomacy." Vol. 1. Clingendael,
Netherlands Institute of International Relations, 2009, pp. 1-51.

U.S Department of State. *Dictionary of International Relations Terms*. 1987.