

INDUSTRI BUDAYA DALAM HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN-INDONESIA

Oleh : Dhia Syahla Pramesti

(email: dhia.syahla4133@student.unri.ac.id)

Pembimbing : Ahmad Jamaan, S.IP., M.Si

Bibliografi: 8 Jurnal, 2 Laporan, 6 Situs Resmi

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas KM 12,5 Simp. Baru Pekanbaru

ABSTRACT

This research examines the development of South Korea's cultural industry after the 1990s economic crisis, particularly in relation to Indonesia. It explores how South Korea successfully integrated its culture with North Korea, leading to the global phenomenon known as the Korean Wave. The South Korean government played a crucial role in advancing the cultural industry as part of its soft power and public diplomacy strategy.

This study adopts a qualitative approach with the theoretical framework of transnationalism perspective and public diplomacy theory. Secondary data were collected through literature reviews from various sources, including books, journals, online articles, and mass media.

The findings show that the Korean Wave has captured the attention of nearly all Asian, American, and European countries, including Indonesia. The Korean Wave has had a positive economic impact on South Korea, contributing to the country's Gross Domestic Product (GDP). Moreover, it has opened up cultural cooperation opportunities between South Korea and Indonesia. The Indonesian Wave has started to emerge in South Korea with the introduction of Indonesian K-Pop and K-Drama. South Korea actively promotes its culture in Indonesia through bilateral cooperation and cultural events. The popularity of K-Drama and K-Pop in Indonesia has influenced the culture and lifestyle of its people. Consequently, the post-economic crisis development of South Korea's cultural industry has had a positive impact on the bilateral relationship between South Korea and Indonesia through the Korean Wave. The South Korean cultural industry has become an effective tool of public diplomacy to strengthen relations with other countries.

Keywords: *Korean Waves, South Korean Diplomacy, South Korea-Indonesia Bilateral Relations.*

Pendahuluan

Penelitian ini memaparkan perkembangan industri budaya Korea Selatan yang sejarahnya dimul dari menyatunya dengan industri budaya Korea Utara hingga perkembangan industri budaya Korea Selatan pada tahap internasional (*Korean Wave*). Perkembangan industri tersebut mendapat dukungan dari pemerintah Korea Selatan. Hampir seluruh negara Asia bahkan Amerika dan Eropa mulai melirik pasar industri budaya Korea Selatan, termasuk di Indonesia.

Pada awalnya, industri budaya Korea Selatan bersatu dengan Korea Utara saat masih menjadi satu negara. Musik Korea yang muncul pertama kali dikenal dengan sebutan *Trot*, jenis musik ini terinspirasi dari musik *Enka* Jepang di tahun 1910-an.¹ Pada tahun 1930-an, musik Jepang mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea, musik Korea tidak terlalu berkembang dan hanya mengikuti budaya pop Jepang karena masih dalam masa penjajahan Jepang.

Di tahun 1945 Korea terbagi menjadi Korea Selatan dan Korea Utara yang mengakibatkan Korea Selatan melakukan restrukturisasi pada semua aspek dalam negaranya termasuk aspek kebudayaan. Korea Selatan mulai melakukan ekspor-impor produk luar negeri sehingga masuknya budaya-budaya luar ke Korea Selatan dengan menyerap tradisi China dengan paham Budha

dan Konfusianisme, selain itu juga terpengaruh dengan gaya hidup dan pendidikan Amerika serta filosofi Eropa.²

Pada tahun 1950-an dan 1960-an, mulai masuk musik pop Barat ke Korea Selatan, ditandai dengan pertunjukan musik yang banyak diadakan pada pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan. Serial drama Korea Selatan mulai ditayangkan pertama kali di *Korean Broadcasting System* (KBS) yang berjudul "*Backstreet of Seoul*" di tahun 1962, yang pada awalnya ditayangkan sebagai edukasi masyarakat terhadap dukungan pemerintah militer. Pada tahun 1960-an sedang populernya musik genre *oldies*.³

Di tahun 1970-an, jaringan televisi Korea Selatan mulai menjadi hiburan keluarga karena pada masa itu banyak rumah tangga yang sudah memiliki televisi, kemunculan drama di tahun ini lebih banyak menayangkan suasana kehidupan sehari-hari. Genre musik pada tahun 1970-an didominasi dengan genre *rock* yang populer diperkenalkan oleh Cho Yong-Pil pada saat itu.

¹ Syafril Alam, Ansgasia Jenifer Nyarimun, Musik K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Dalam Soft Power Korea Selatan, *International & Diplomacy Journal*, Volume 3 Nomor 1, Juli-Desember 2017, hlm. 75-100.

² Beatrix E.D. Sendow, Michael Mamentu, F.R.D Rengkung, Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia, *Jurnal Politico*, Volume 7 Nomor 4, Oktober 2018, hlm. 1-15.

³ Agniya Khoiri. Perjalanan Drama Korea: dari Alat Pemerintah Jadi Budaya Pop. CNN Indonesia. 2018. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/2018/03/13/183656-220-282703/perjalanan-drama-korea-dari-alat-pemerintah-jadi-budaya-pop>. (Pada 24 Desember 2022, pukul 17.29)

Perkembangan industri hiburan Korea Selatan semakin bervariasi hingga tahun 1980-an yang dipengaruhi dengan drama Jepang sehingga serial drama “*Love and Ambition*” dengan kisah kehidupan cinta remaja menjadi perwakilan periode tahun ini. Namun pada tahun 1987, kebutuhan akan demokrasi semakin mendesak dan terdapat perubahan dalam kebebasan berekspresi bagi para pembuat film.⁴

Di era 1990-an, industri budaya mulai mengembangkan strategi dengan dukungan pemerintah memajukan budaya, seni, media, dan industri kreatif. Drama di era ini lebih banyak mengenai kehidupan modern dan persaingan jaringan televisi semakin ketat.

Sebelum ada fenomena *Korean Wave* pada era 1990-an, budaya Korea Selatan belum mampu masuk dalam kapasitas untuk mengeksport budayanya seperti film dan musiknya yang belum masuk dalam kriteria cocok untuk budaya kontemporer pada era tersebut.

Pada saat krisis ekonomi terjadi di akhir tahun 1990-an, Korea Selatan mengalami keterpurukan di berbagai sektor yang juga berpengaruh terhadap sektor budaya. Pada saat kebangkitan krisis ekonomi, pemerintah mulai mengembangkan budaya sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan perekonomian negaranya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis merumuskan masalah penelitian: **Bagaimana perkembangan industri budaya dalam**

⁴ Ibid

hubungan bilateral Korea Selatan dan Indonesia pasca krisis ekonomi tahun 1990-an?

Kerangka Teori

Perspektif Transnasionalisme

Dalam penelitian ini, digunakan perspektif transnasionalisme. Menurut Joseph S. Nye dan Robert O. Keohane mengenai perspektif transnasional ialah suatu gerakan atau interaksi yang dilakukan lintas batas negara dan tidak dikontrol oleh negara (salah satu aktornya bukan negara atau organisasi internasional).⁵

Menurut Joseph S. Nye, aktor non-negara dibutuhkan untuk memenuhi tiga dimensi penting dalam mencapai *soft power* yakni dimensi *daily communication*, *strategic communication*, dan pengembangan hubungan dengan individual.⁶ Dalam hal ini, SM Entertainment termasuk sebagai aktor transnasional golongan *Multi National Corporation (MNC)*.

Teori Diplomasi Publik

Menurut Jan Mellisen (2006), diplomasi publik merupakan alat yang digunakan oleh suatu negara untuk mempengaruhi kehendak negara lain dengan cara yang lebih baik.

Salah satu bentuk diplomasi publik menurut Candace L White adalah *corporate diplomacy*, konsep ini mengacu kepada peranan

⁵ Joseph Nye dan Keohane, *Transnational Relations and World Politics: an Introduction*, *International Organization Journal*, Volume 25 Nomor 3, Summer 1971, hlm. 329-349.

⁶ Ibid

perusahaan dalam diplomasi publik walaupun aktor utama dan pusat diplomasi publik tetap negara. White menjelaskan bahwa *corporate diplomacy* tidak hanya berfokus pada tujuan keuntungan perusahaan namun juga berperan bagi pengembangan.⁷

Selain itu, menurut White bahwa penggunaan budaya merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan oleh aktor negara maupun aktor non-negara untuk membentuk dan mengelola hubungan serta mempengaruhi opini dan tindakan untuk mencapai nilai dan kepentingan.

Tingkat Analisis Internasional Level

Pada penulisan penelitian ini menggunakan level analisis negara bangsa yang dimana aktornya adalah Korea Selatan yang berupaya untuk meningkatkan perekonomiannya melalui pertukaran budaya di negaranya ke negara lain dalam hal ini Indonesia, terkhusus pada industri hiburan dengan fenomena *Korean Waves*.

Metode Penelitian

Jenis pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif ini bersifat secara deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu obyek yang diteliti secara mendalam serta untuk mengembangkan konsep

pada masalah yang diteliti. Obyek penelitian ini yakni hubungan kerja sama yang dibangun oleh Korea Selatan sebagai dalam membentuk *nation branding* Korea Selatan di Indonesia.

Pada penulisan ini menggunakan teknik pengumpulan data jenis sekunder yang mengacu dengan mengumpulkan berbagai data informasi melalui studi kepustakaan (*library research*) seperti buku, jurnal lokal dan jurnal internasional, artikel atau *website online*, media massa cetak maupun *online*.

Pembahasan

Perkembangan Industri Budaya Korea Selatan pasca Krisis Ekonomi

Kim Dae Jung yang merupakan presiden Korea Selatan tahun 1998 berkomitmen mengembangkan budaya Korea Selatan dan teknologi informasi, implikasinya adalah penghapusan Undang-Undang penyensoran acara di Korea Selatan yang akhirnya perindustrian film mulai berlomba membuat film dan drama berkualitas.⁸

Dengan kualitas mulai dari film hingga musik yang semakin membaik, drama Korea Selatan mulai masuk ke China dan drama “*What is Love*” populer dengan rating tertinggi dalam sejarah pertelevisian China pada saat itu. Mulai dari kepopuleran drama tersebut masuk drama Korea Selatan lainnya dan menjadi budaya populer

⁷ Maharani Putri, Sofia Trisni, Corporate Diplomacy: Peran SM Entertainment melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan, *Padjajaran Journal of International Relations*, Volume 3 Nomor 1, Januari 2021, hlm. 73-88.

⁸ Molzania. Sejarah Perkembangan Budaya K-Wave. Molzania.com. 2022. Diunduh dari <https://www.molzania.com/sejarah-perkembangan-budaya-hallyu-korea-selatan/>. (Pada 26 Desember 2022, pukul 17.00)

di China hingga muncul fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu*.

Korean Wave merupakan istilah yang merujuk terhadap pesatnya kepopuleran budaya Korea Selatan yang berawal dari kepopuleran budaya di China, mulai dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Film*, *K-Beauty*, dan budaya Korea Selatan lainnya. *Hallyu* tidak berkembang dengan spontan namun secara konsisten.

Musik Korea Selatan di tahun 1990-an didominasi dengan genre *rock*, *rap*, dan *heavy metal* sebagai suasana musik *K-Pop modern*. Genre musik ini dipopulerkan oleh *Seo Taiji and Boys* pada tahun 1992, hal ini sebagai penanda awal musik *K-Pop modern* di Korea Selatan.⁹

Pada tahun 2000-an, mulai berkembang globalisasi sehingga dengan pemanfaatan teknologi seperti layanan video *online* dapat mengembangkan industri budaya dan hiburan seperti *K-Drama* yang menjadi populer di Asia, seperti *Winter Sonata*, *Full House*, *Boys Over Flowers*, dan lainnya.¹⁰

Perkembangan *K-Drama* di Asia disusul oleh munculnya musik *K-Pop* yang menjadi budaya populer dengan *boyband* dan *girlband* yang populer, diawali dengan kemunculan

boyband H.O.T oleh *SM Entertainment* sebagai generasi *idol* pertama yang berhasil sebagai *grup K-Pop* pertama yang mengadakan konser di Seoul Olympic Stadium dengan 72 ribu penonton.

Perluasan Industri Hiburan Korea Selatan di Wilayah Asia

Perkembangan industri budaya Korea Selatan dipengaruhi oleh kebudayaan negara maju yang masuk dan menjadi konsumsi masyarakat secara menerus sehingga muncul sebagai kebudayaan baru dalam kehidupan masyarakat Korea Selatan. Hal inilah yang memicu budaya populer (*pop culture*) sebagai budaya yang terbentuk secara tidak sadar dan diterima secara luas oleh masyarakat. Terbentuknya budaya baru tersebut merupakan serapan dari informasi yang diperoleh dengan adanya pengaruh media global.

Setiap tahunnya, industri budaya Korea Selatan berkembang secara dinamis sehingga muncul istilah populer *Hallyu* atau *Korean Wave*, istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh jurnalis media massa Beijing yakni *Qingnianbao* (*Beijing Youth Daily*) di tahun 1990-an.

Korean Wave merupakan istilah yang menggambarkan berbagai produk budaya populer Korea Selatan melalui film, drama, musik, dan lainnya yang berhasil di ekspor. *Korean Wave* menjual kebudayaan yang memadukan kehidupan tradisional dan modern.¹¹

⁹ Korean Culture and Information Service, Fakta Tentang Korea (Budaya Korea dan Layanan Informasi Kementerian Budaya, Olah Raga dan Pariwisata: Korea Selatan), 2015, hlm. 1-278.

¹⁰ Disa Gustiani. Budaya Korea Dalam 20 Tahun Terakhir. CXO Media. 2022. Diunduh dari <https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20220113183902-24-173132/budaya-korea-dalam-20-tahun-terakhir>. (Pada 26 Desember 2022, pukul 17.59)

¹¹ Ni Putu Elvina Suryani, Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea

Hallyu atau *Korean Wave* dibagi menjadi 4 fase: (1) Versi 1.0 merupakan awal fase budaya merujuk kepada drama Korea Selatan, (2) Versi 2.0 merupakan fase kedua budaya dengan awal kemunculan musik *K-Pop*, (3) Versi 3.0 merupakan fase budaya Korea Selatan mulai menyebar disebut *K-Culture*, (4) Versi 4.0 merupakan fase budaya Korea Selatan menjadi gaya hidup disebut *K-Style*.¹²

Kepopuleran *Korean Wave* mulai pada saat muncul drama Korea Selatan yang berjudul *What Is Love* di stasiun televisi China (*China Central Television Station*) pada tahun 1997. Akibat kepopulerannya, drama ini ditayangkan kembali pada tahun 1998 dan berada di tingkat kedua yang tertinggi dalam sejarah perfilman di China.

K-Drama yang disiarkan mayoritasnya berdasarkan pada historis dan romantisme sehingga cocok dikonsumsi untuk seluruh kalangan penonton. Implikasinya, *K-Drama* memiliki daya jual yang bagus untuk di ekspor.

Negara-negara kawasan Asia yang memiliki kedekatan budaya dan geografis dengan Korea Selatan seperti China, Jepang, Taiwan, Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, Malaysia, dan Indonesia menjadi wilayah utama munculnya *Korean Wave*.

Pada pertengahan tahun 2000-an, drama televisi dan animasi serta *games* mulai masuk ke Amerika dan Eropa. Animasi populer Korea Selatan "*Pororo the Little Penguin*"

Selatan, *Global Jurnal Politik Internasional*, Volume 16 Nomor 1, Mei 2014, hlm. 69-83.

¹² Ibid

berhasil dijual lebih dari 120 negara termasuk Inggris dan Perancis.¹³

Perluasan *K-Drama* memberi keuntungan yang cukup banyak terhadap Korea Selatan, jumlah ekspor film dan drama Korea Selatan di tahun 2002-2006 membuat industri pertelevisian semakin berkembang bahkan menjadi ekspor terbesar sistem penyiaran di Korea Selatan.¹⁴

Kepopuleran *K-Drama* membuka kesempatan bagi Korea Selatan untuk memanfaatkan pariwisatanya dengan menggunakan lokasi pariwisata untuk syuting drama televisi seperti Istana Gyeongbokgung, Pulau Jeju, Pulau Nami, Pantai Jumunjin, *N Seoul Tower*, Desa Bukchon Hanok, dan wisata lokasi syuting populer lainnya yang menjadi objek wisata populer di Korea Selatan.

Kualitas drama dan perfilman Korea Selatan semakin berkualitas setara dengan produksi film *Hollywood*, dibuktikan dengan *K-Film* yang berjudul "*Parasite*" memenangkan Piala Oscar kategori "Film Terbaik" di tahun 2020. Bahkan *K-Drama* yang berjudul "*Squid Game*" menjadi budaya populer tingkat internasional.

Kepopuleran *K-Drama* beriringan dengan kemunculan musik pop Korea Selatan (*K-Pop*). Munculnya *K-Pop* menjadi suatu pembaharuan dalam kehidupan Korea Selatan modern yang menjadi salah satu aspek sebagai upaya meningkatkan bisnis *entertainment*

¹³ Ibid

¹⁴ Velda Ardia, Drama Korea dan Budaya Populer, *Jurnal Komunikasi*, Volume 2 Nomor 3, Mei-Agustus 2014, hlm. 12-18.

Korea Selatan.¹⁵ Hal ini dibuktikan dari *Seo Taiji and Boys* merupakan grup musik yang aktif di tahun 1992-1996 yang mempopulerkan *K-Pop* dan sebagai pembuka jalan bagi grup *K-Pop* yang mulai bermunculan. Setelahnya, muncul H.O.T (*Hi-Five of Teenagers*) yang aktif di tahun 1996-2001 sebagai grup populer naungan *SM Entertainment* dengan para anggotanya yang menjalani pelatihan (*training*) mengenai kemampuan menyanyi dan menari serta perilaku, etika, bahasa, dan tata cara menghadapi media, dan kemudian muncul agensi besar lain yang juga melahirkan grup penyanyi terkenal di lingkup internasional, seperti BoA, TVXQ, Super Junior, PSY, Big Bang, dan lain sebagainya.

Korea Selatan telah mampu menunjukkan dirinya sebagai negara produsen budaya pop melalui tayangan hiburan sehingga menjadi saingan baru bagi Amerika dan Eropa. Hal ini dapat dibuktikan dengan kemajuan industri Korea Selatan melalui *Korean Wave* yang sukses menarik perhatian masyarakat internasional.¹⁶

Industri Budaya menjadi Upaya Diplomasi oleh Pemerintah Korea Selatan

Penyebaran budaya Korea Selatan dalam perkembangannya tidak lepas dari peran pemerintah. Masyarakat internasional mulai tertarik dengan produk-produk Korea Selatan pada saat pemerintahan Kim Young-sam di tahun 1994 yang

dimana pada saat itu Korea Selatan mendeklarasikan budaya sebagai sasaran strategi pembangunan dan visi nasional.¹⁷

Setelah lewatnya masa krisis keuangan di Asia, Kim Dae Jung menilai bahwa adanya peluang bagi Korea Selatan dalam aspek budaya di tahun 1999 karena *Korean Wave* mulai memuncak. Pada masa pemerintahan Kim Dae Jung mengeluarkan kebijakan *The Basic Law of Cultural Industry Promotion* dengan alokasi dana sebesar \$148,5 juta USD untuk mengembangkan industri budaya Korea Selatan.¹⁸

Selain pemerintah, aktor yang terlibat dalam penggunaan *Korean Wave* sebagai instrumen *soft power* ialah industri produk budaya (musik, film, animasi), media (televisi, internet), industri produk komersial (*Multi National Corporation* Korea Selatan) sebagai *referee*, serta publik negara (Asia, Amerika, Eropa, Timur Tengah) sebagai *receivers*.¹⁹

Pemerintah Korea Selatan memberikan dukungan melalui dukungan finansial, kegiatan, dan acara. Pemerintahnya mulai melakukan modernisasi warisan budaya tradisional Korea Selatan agar dapat diterima publik, serta menyediakan fasilitas budaya lokal untuk membangun perkembangan budaya Korea Selatan.

Sejak tahun 2005, *Korean Wave* mulai menjadi bagian dari

¹⁵ Ibid

¹⁶ Widya Sari Kumalaningrum, Strategi Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan terhadap Indonesia Melalui Hallyu, *Journal of Community Engagement*, Volume 2 Nomor 2, Juli 2021, hlm. 141-148.

¹⁷ Ibid

¹⁸ Leonardo, Diplomasi Budaya Korea Selatan dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia, *Global Political Studies Journal*, Volume 3 Nomor 1, April 2019, hlm 1-32.

¹⁹ Ibid

diplomasi publik Korea Selatan. Hal ini disebutkan dalam *Diplomatic White Paper* mengenai kebijakan luar negeri Korea Selatan yakni “*Moreover, building upon the positive image from the ‘Korean Wave’, MOFA has engaged in public diplomacy, increasing cultural and promotional activities to further enhance the national image as a leading country in the cultural field*”.²⁰

Konsep *Korean Wave* ini ingin dijadikan sebuah cakupan budaya Korea Selatan baik secara tradisional maupun populer, bukan lagi hanya sekedar sebagai musik, drama, ataupun film.

Melalui *Korean Wave*, budaya pop dunia saat ini tidak hanya identik dengan budaya *western* namun Asia juga mulai menunjukkan kemampuan kreatif sebagai pengeksport budaya.

Di tahun 2014, pemerintah Korea Selatan mengalokasikan dana sekitar \$5,2 miliar USD atau ₩6,4 triliun KRW untuk industri budaya dan media. Di tahun 2017 tingkat pengalokasian dana tersebut meningkat hingga \$7,5 miliar USD atau ₩9,2 triliun KRW.²¹

²⁰ MOFA. Promoting of Korean Culture Through the ‘Korean Wave’, dalam 2006 Diplomatic White Paper. Diunduh dari <http://www.mofa.go.kr/english/political/whitepaper/index.jsp> (Pada 17 Mei 2023, pukul 22.49 WIB)

²¹ Nanda Yulfi Chairunnisa. Penyebaran Budaya Korea Selatan di Tengah Masyarakat Dunia. 2021. Diunduh dari https://www.researchgate.net/profile/Nanda-Chairunnisa/publication/355443783_Penyebaran_Budaya_Korea_Selatan_di_Tengah_Masyarakat_Dunia/links/61710a2b766c4a211c03135b/Penyebaran-Budaya-Korea-Selatan-

Sebagai salah satu bentuk keseriusan pemerintah Korea Selatan dalam mendukung dan mengembangkan budaya populer, pemerintahnya membentuk berbagai badan khusus yang bertugas mempromosikan ekspor budaya Korea Selatan ke berbagai negara diluar negaranya.

Kementerian Korea Selatan mendirikan *Korean Tourism Organization (KTO)* di tahun 1962 yang bergerak sebagai perusahaan investasi pemerintah Korea Selatan untuk mengembangkan pariwisata Korea Selatan sesuai dengan undang-undang promosi pariwisata yang bertanggung jawab meningkatkan wisatawan bagi negaranya.

KTO memanfaatkan kepopuleran *Korean Wave* sebagai daya tarik industri pariwisata dan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini untuk menyebarkan *Korean Wave* melalui *Social Network Service (SNS)* karena penyebaran melalui internet dinilai tergolong efektif.

Dalam ranah *K-Pop*, pemerintah Korea Selatan memberikan dana sejumlah ₩29 miliar KRW untuk menggelar konser *online* bagi manajemen menengah dan bawah yang keterbatasan dana. Dana tersebut diberikan untuk membangun studio yang digunakan dalam konser *online*, dan membantu kurang lebih sekitar 30 perusahaan.²²

[di-Tengah-Masyarakat-Dunia.pdf](#) (Pada 25 Januari 2023, pukul 22.47 WIB)

²² Delia Arnindita Larasati. Pemerintah Korea Gelontarkan Rp 365 M untuk Dukung Konser Online. *detikHot*. 2020. Diunduh dari <https://hot.detik.com/mainstage/d-5172365/pemerintah-korea-gelontarkan-rp->

Kesuksesan dari ekspor budaya populer ini memberi kontribusi ekonomi yang besar, seperti *K-Drama "Winter Sonata"* yang mendapat untung sejumlah \$1,1 miliar USD atau ₩1,3 triliun KRW di Jepang. *Boyband H.O.T* berhasil menjual sejumlah 100 ribu kopi album di China serta berada di posisi 10 besar dalam tangga lagu di China.²³

Korean Wave memiliki "*Multiplier Effects*" terhadap perkembangan bisnis dan citra negara. Dampak ganda dari ekonomi budaya ialah sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Korea Selatan di tahun 2004 sebesar 0,2% atau sejumlah \$1,87 miliar USD atau ₩2,2 triliun KRW bahkan di tahun 2019 naik menjadi \$12,3 miliar USD atau ₩15,1 triliun KRW.

Masuknya Industri Budaya Korea Selatan di Indonesia

Dalam *'The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas'* menyatakan bahwa produk budaya populer Korea Selatan menyebar ke beberapa negara Asia seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Vietnam, Taiwan, Hongkong, dan China sejak pertengahan tahun 1990-an.²⁴

[365-m-untuk-dukung-konser-online](#). (Pada 31 Januari 2023, pukul 23.46 WIB)

²³ Ibid

²⁴ Agnes Setyowati. Kpop, antara Hiburan dan Imperialisme Budaya. Kompas.com. 2021. Diunduh dari

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/29/093631665/kpop-antara-hiburan-dan-imperialisme-budaya?page=all>. (Pada 2 Februari 2023, pukul 14.36 WIB)

Sebenarnya, Korea Selatan dan Indonesia sudah lama memiliki hubungan sejak September 1973. Namun, dengan populernya *Korean Wave* maka pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa *Korean Wave* dapat menjadi alat penyebaran budaya Korea Selatan. Indonesia melakukan liberalisasi media di tahun 1990-an, dan penyebaran budaya pop Korea Selatan di Indonesia mulai masuk setelah acara Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang.

Serial drama Korea Selatan *"Endless Love"* menjadi *K-Drama* yang masuk ke salah satu stasiun televisi Indonesia yakni Indosiar pada 1 Juli 2002, drama tersebut berhasil mendapatkan *rating* tinggi sejumlah 10 dengan perolehan *rating* yang ditonton oleh sekitar 2,8 juta orang di 5 kota besar di Indonesia.²⁵

Setelahnya, muncul *K-Drama "Winter Sonata"* yang semakin menarik perhatian penonton di Indonesia, sehingga semenjak populernya drama ini maka *Korean Wave* mulai menyebar di Indonesia melalui *K-Drama*. Terdapat lebih dari 50 *K-Drama* yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia dan setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Budaya populer Korea Selatan menjadi salah satu budaya populer yang disukai di Indonesia, terlebih *K-Drama* yang memiliki nilai jual tersendiri dengan ceritanya romantismenya. Para penonton *K-Drama* baik secara sadar maupun tidak sadar akan mengenal budaya dan kebiasaan Korea Selatan, bahkan

²⁵ Ibid

mempengaruhi perilaku dan tindakan gaya hidup.

K-Drama dapat menjadi alat untuk melakukan pemasaran produk mulai dari budaya, bahasa, makanan, pariwisata, hingga teknologi. *K-Drama* membawa pengaruh tersendiri di pasar Indonesia dengan sebagai acuan pembuatan sinetron bagi perfilman Indonesia, serta memunculkan ketertarikan budaya populer Korea Selatan lainnya seperti *K-Pop*, *K-Fashion*, *K-Food*, *K-Beauty*, dan lainnya.

Korea Selatan muncul sebagai pusat produksi kebudayaan pop tradisional yang baru, mereka berhasil mengeksport budayanya ke Indonesia dan fenomena *Korean Wave* menjadi fenomena yang berpengaruh terhadap hubungan bilateral Korea Selatan dengan Indonesia.

Hubungan Kerjasama Korea Selatan – Indonesia dalam Kebudayaan

Korea Selatan dan Indonesia secara resmi melakukan kerjasama di bidang kebudayaan pada Agustus 2007. Pada 14-15 Mei 2008, merupakan pertemuan pertama komite kebudayaan “*The First Cultural Committee Meeting Indonesia-South Korea*” sebagai dasar yang kuat dalam pertukaran kebudayaan yang diadakan di Yogyakarta.

Pada 9-18 Oktober 2009, Korea Selatan mengadakan kegiatan pameran kebudayaan “*Korean Culture Week*” dengan mengenalkan budaya Korea Selatan yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea Selatan di

Jakarta untuk memperkuat hubungan bilateral di bidang sosial budaya.

Di tahun selanjutnya, pada 11-16 Oktober 2010 diadakannya “*Korea Indonesia Week*” sebagai acara pertukaran budaya antara Indonesia dengan Korea Selatan di Jakarta. Acara ini Dalam keberlangsungan acara ini terdapat kegiatan “*Korea-Indonesia Friendship Festival*” yang menampilkan musisi Korea Selatan (*K-Pop*) dan musisi Indonesia.

Di tahun 2011, Korea Selatan semakin mengembangkan budayanya di Indonesia sehingga sebagai penerapan lanjutan pertukaran budaya antara Indonesia dengan Korea Selatan maka dibangun pusat kebudayaan *Korean Cultural Center Indonesia* di Jakarta, Indonesia. Pusat kebudayaan ini bekerjasama dengan Kedutaan Besar Korea Selatan untuk mengadakan “*Korea Indonesia Week*” sebagai acara tahunan di Indonesia hingga tahun 2013.

Dalam perkembangannya, Korea Selatan berfokus mengembangkan perluasan budayanya di Indonesia. *Korean Wave* dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia.

Dapat dibuktikan dengan fenomena-fenomena produk budaya Korea Selatan marak beredar di pasaran Indonesia. Pemutaran *K-Drama* maupun *K-Film* yang banyak muncul di stasiun televisi Indonesia, selain itu ditemukannya banyak penjual toko kaset dan *Video CD K-Drama* yang sudah mendapat lisensi penjualan melalui distributor resmi.

Popularitas *K-Drama* di Indonesia diminati oleh sejumlah

masyarakat Indonesia dengan rentang usia 20 hingga 49 tahun, kalangan ini adalah generasi milenial dan kelompok ibu rumah tangga. Yang menjadi daya tarik *K-Drama* adalah cerita romantisme keseharian dengan visual menarik yang diperankan oleh aktor dan aktrisnya. Setelah maraknya *K-Drama* di Indonesia, *K-Pop* mulai masuk ke Indonesia di tahun 2011 melalui acara musik mingguan Korea Selatan di program televisi Indonesia.

Puncak popularitas pertama konser *K-Pop* di Indonesia mulai terasa di tahun 2013, dapat ditandai dengan banyaknya konser *K-Pop* yang digelar di Indonesia seperti *SNSD*, *BigBang*, *Infinite*, *Super Junior*, bahkan digelar festival musik *K-Pop* yakni '*Music Bank*' di Jakarta tahun 2013 dan 2017.

Hingga saat ini, *K-Pop* semakin berkembang dan menjadi kegemaran di Indonesia terutama para remaja. Tidak hanya menggelar konser *K-Pop* namun saat ini banyak kegiatan oleh *idol K-Pop* yang dilakukan di Indonesia seperti *fanmeeting*, menjadi *brand ambassador* produk Indonesia, membuat *music video* di Indonesia, tampil di acara penghargaan Indonesia bahkan mendapat penghargaan di Indonesia.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka di akhir penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Industri budaya Korea Selatan mengalami perkembangan yang pesat dari menyatunya dengan Korea Utara hingga mencapai tahap internasional dengan Korean Wave. Perkembangan ini

didukung oleh dukungan pemerintah Korea Selatan dan berhasil menarik perhatian hampir seluruh negara Asia, Amerika, dan Eropa, termasuk Indonesia.

2. Industri budaya Korea Selatan, terutama *K-Drama* dan *K-Pop*, memiliki dampak positif pada ekonomi negara tersebut. Perkembangan ini didukung oleh kebijakan pemerintah dalam mendukung dan memajukan industri budaya sebagai bagian dari strategi soft power dan diplomasi publik.
3. Korean Wave, atau Hallyu, telah berhasil menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia. Populernya *K-Drama* dan *K-Pop* di Indonesia mempengaruhi budaya dan gaya hidup masyarakat, serta membuka peluang kerjasama budaya antara Korea Selatan dan Indonesia.
4. Pemerintah Korea Selatan secara aktif terlibat dalam mempromosikan dan memperluas budaya populer Korea Selatan di Indonesia. Melalui kegiatan seperti acara budaya dan kerjasama bilateral, Korea Selatan memanfaatkan Korean Wave sebagai alat diplomasi publik untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia.
5. Fenomena Korean Wave di Indonesia mendapat sambutan positif dari masyarakat, terutama dari generasi milenial dan kelompok ibu rumah tangga. Populernya *K-Drama* dan *K-Pop* di Indonesia telah membuka pasar bagi produk budaya Korea Selatan dan meningkatkan citra positif negara tersebut.

6. Indonesian Wave, yaitu popularitas budaya Indonesia, juga mulai muncul dengan K-Pop dan K-Drama yang telah masuk ke Korea Selatan. Kerjasama dan pertukaran budaya antara Korea Selatan dan Indonesia menjadi saling menguntungkan bagi kedua negara.

Dengan demikian, perkembangan industri budaya Korea Selatan pasca krisis ekonomi tahun 1990-an telah membawa dampak yang signifikan bagi hubungan bilateral antara Korea Selatan dan Indonesia melalui Korean Wave. Industri budaya Korea Selatan telah berhasil menjadi alat diplomasi publik yang efektif dalam memperkuat citra dan hubungan dengan negara lain, termasuk Indonesia. Selain itu, kesuksesan Korean Wave juga telah membuka peluang untuk Indonesian Wave, di mana budaya Indonesia juga mendapatkan pengakuan dan popularitas di luar negeri.

Daftar Pustaka

Alam, Syafril, dan Angrasia Jenifer Nyarimun. "Musik K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Dalam Soft Power Korea Selatan." *International & Diplomacy Journal*, Volume 3 Nomor 1, Juli-Desember 2017: 75-100.

Ardia, Velda. "Drama Korea dan Budaya Populer." *Jurnal Komunikasi*, Volume 2 Nomor 3, Mei-Agustus 2014: 12-18.

Chairunnisa, Nanda Yulfi. "Penyebaran Budaya Korea Selatan di Tengah Masyarakat Dunia." 2021. Diunduh dari

https://www.researchgate.net/profile/Nanda-Chairunnisa/publication/355443783_Penyebaran_Budaya_Korea_Selatan_di_Tengah_Masyarakat_Dunia/links/61710a2b766c4a211c03135b/Penyebaran-Budaya-Korea-Selatan-di-Tengah-Masyarakat-Dunia.pdf. Diakses pada 25 Januari 2023.

Gustiani, Disa. "Budaya Korea Dalam 20 Tahun Terakhir." *CXO Media*. 2022. Diunduh dari <https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20220113183902-24-173132/budaya-korea-dalam-20-tahun-terakhir>. Diakses pada 26 Desember 2022.

Khoiri, Agniya. "Perjalanan Drama Korea: dari Alat Pemerintah Jadi Budaya Pop." *CNN Indonesia*. 2018. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180313183656-220-282703/perjalanan-drama-korea-dari-alat-pemerintah-jadi-budaya-pop>. Diakses pada 24 Desember 2022.

Korean Culture and Information Service. "Fakta Tentang Korea (Budaya Korea dan Layanan Informasi Kementerian Budaya, Olah Raga dan Pariwisata: Korea Selatan)." 2015.

Kumalaningrum, Widya Sari. "Strategi Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan terhadap Indonesia Melalui Hallyu." *Journal of Community Engagement*, Volume 2 Nomor 2, Juli 2021: 141-148.

- Larasati, Delia Arnindita. "Pemerintah Korea Gelontarkan Rp 365 M untuk Dukung Konser Online." *detikHot*. 2020. Diunduh dari <https://hot.detik.com/mainstage/d-5172365/pemerintah-korea-gelontorkan-rp-365-m-untuk-dukung-konser-online>. Diakses pada 31 Januari 2023.
- Leornado. "Diplomasi Budaya Korea Selatan dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia." *Global Political Studies Journal*, Volume 3 Nomor 1, April 2019: 1-32.
- MOFA. "Promoting of Korean Culture Through the 'Korean Wave'." Dalam 2006 Diplomatic White Paper. Diunduh dari <http://www.mofa.go.kr/english/political/whitepaper/index.jsp>. Diakses pada 17 Mei 2023.
- Molzania. "Sejarah Perkembangan Budaya K-Wave." *Molzania.com*. 2022. Diunduh dari <https://www.molzania.com/sejarah-perkembangan-budaya-hallyu-korea-selatan/>. Diakses pada 26 Desember 2022.
- Nye, Joseph, dan Keohane. "Transnational Relations and World Politics: an Introduction." *International Organization Journal*, Volume 25 Nomor 3, Summer 1971: 329-349.
- Putri, Maharani, dan Sofia Trisni. "Corporate Diplomacy: Peran SM Entertainment melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan." *Padjadjaran Journal of International Relations*, Volume 3 Nomor 1, Januari 2021: 73-88.
- Sendow, Beatrix E.D., Michael Mamentu, dan F.R.D Rengkung. "Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia." *Jurnal Politico*, Volume 7 Nomor 4, Oktober 2018: 1-15.
- Setyowati, Agnes. "Kpop, antara Hiburan dan Imperialisme Budaya." *Kompas.com*. 2021. Diunduh dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/29/093631665/kpop-antara-hiburan-dan-imperialisme-budaya?page=all>. Diakses pada 2 Februari 2023.
- Suryani, Ni Putu Elvina. "Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan." *Global Jurnal Politik Internasional*, Volume 16 Nomor 1, Mei 2014: 69-83.