



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional**

*Terakreditasi Unggul*  
*SK BAN-PT No: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

***KOREAN WAVE* DAN PENYERAPAN PRODUK-PRODUK  
KECANTIKAN KOREA SELATAN DI INDONESIA: SEBELUM  
DAN SEJAK PANDEMI COVID-19**

Skripsi  
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Hubungan Internasional

Oleh  
Anaking Ramdhan  
6091801143

**Bandung**  
**2022**



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional**

*Terakreditasi Unggul*  
*SK BAN-PT No: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

***KOREAN WAVE* DAN PENYERAPAN PRODUK-PRODUK  
KECANTIKAN KOREA SELATAN DI INDONESIA: SEBELUM  
DAN SEJAK PANDEMI COVID-19**

Skripsi

Oleh  
Anaking Ramdhan  
6091801143

Pembimbing  
Dr. Albertus Irawan Justiniarto Hartono, Drs., M.A.

**Bandung**  
**2022**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Hubungan Internasional  
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Anaking Ramdhan  
Nomor Pokok : 6091801143  
Judul : *Korean Wave* dan Penyerapan Produk-Produk Kecantikan Korea Selatan di Indonesia: Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 21 Juni 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. phil. Aknolt Kristian Pakpahan, MA

**Sekretaris**

Dr. Adelbertus Irawan Justiniarto Hartono, Drs., M.A.

**Anggota**

Jessica Martha, S.IP, M.I.Pol.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Anaking Ramdhan

NPM : 6091801143

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : *Korean Wave* dan Penyerapan Produk-Produk Kecantikan Korea Selatan di Indonesia: Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini peneliti buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juni 2022



Anaking Ramdhan

## Abstrak

Nama : Anaking Ramdhan  
NPM : 6091801143  
Judul : *Korean Wave* dan Penyerapan Produk-Produk Kecantikan Korea Selatan di Indonesia: Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19

---

Pandemi Covid-19 yang terjadi telah membuat beberapa negara dan beberapa sektor dalam negara terguncang, hal ini dikarenakan penurunan pendapatan seseorang akibat keterbatasan tatap muka antar masyarakat pada suatu negara. Namun hal ini berbeda dengan Korea Selatan, dimana negara ini terus mengembangkan ekonominya dengan cara penyebaran *Korean Wave*. Budaya pop ini berhasil menstimulasi industri lainnya seperti industri kecantikan (K-Beauty), produk kosmetik dan produk perawatan kulit menjadi senjata utama K-Beauty dalam menjajaki pasar kecantikan di beberapa negara seperti Indonesia. Terdapat banyak sekali merek kecantikan yang terkenal di Indonesia, namun kepada beberapa generasi produk Korea Selatan menjadi produk andalannya. Dipengaruhi oleh idola dari budaya pop Korea Selatan menjadi faktor utama dari kecintaan masyarakat Indonesia akan produk kecantikan tersebut. Dengan menggunakan metode kualitatif dan dianalisis menggunakan teori Liberalisme, Diplomasi Kebudayaan, dan *Bandwagon Effect*, penulis akan menganalisis dampak dari munculnya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi daya beli masyarakat secara menyeluruh terhadap produk kecantikan milik Korea Selatan yang dipengaruhi oleh *Korean Wave*.

**Kata kunci:** *Korean Wave*, Pengaruh Pandemi Covid-19, Penjualan Produk K-Beauty, Indonesia

## Abstract

Name : Anaking Ramdhan

Student ID : 6091801143

Title : *Korean Wave and Absorption of South Korean Beauty Products in Indonesia: Before and Since the Covid-19 Pandemic*

---

*The Covid-19 pandemic has occurred in several countries and several sectors within the country, this is due to a decrease in a person's income due to limited face-to-face interactions between individuals. However, This is situation is different for South Korea, where this country continues to develop its economy by spreading the Korean Wave. This pop culture has succeeded in stimulating other industries such as the beauty industry (K-Beauty), cosmetic products and skin care products to become the main weapon of K-Beauty inn exploring the beauty market in several countries such as Indonesia. There are many well-known beauty brands in Indonesia, but for several generations South Korean products have become their favorite product. Being influenced by idols from South Korean pop culture is the main factor for Indonesians consume South Korean beauty products. By using qualitative methods and analyzed using the theory of Liberalism, Cultural Diplomacy, and the Bandwagon Effect, the author will analyze the impact of the Covid-19 pandemic which affects the purchasing power of Indonesian people for South Korean beauty products which are affected by the Korean Wave.*

**Keywords:** *Korean Wave, The Impact of Covid-19 Pandemic, K-Beauty Product Sales, Indonesia*

## Kata Pengantar

Puji syukur dipanjatkan penulis kepada Allah S.W.T., oleh karena-Nya, penelitian dapat menempuh penyelesaian secara maksimal dan tepat waktu. Tidak lupa dengan bantuan dosen pembimbing peneliti yaitu Dr. Albertus Irawan Justiniarto Hartono, Drs., M.A. Skripsi yang berjudul “*Korean Wave* dan Penyerapan Produk-Produk Kecantikan Korea Selatan di Indonesia: Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19” dapat diselesaikan. Tulisan ini akan menjelaskan mengenai fenomena penjualan produk K-Beauty yang dipengaruhi oleh *Korean Wave* pada saat sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Walaupun penelitian ini dikerjakan secara maksimal oleh penulis, tidak menutup kemungkinan terjadinya kesalahan atau kekurangan dalam penelitian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dan akan di evaluasi dalam penelitian ini.

Penulis ingin kembali berterima kasih kepada para pendorong semangat penulis dalam melakukan penelitian ini. Tanpa dukungan mereka, penelitian ini tidak akan maksimal.

1. **Allah S.W.T.** - Maha mendengar, maha melihat, dan tempat pengaduan hambatan yang dalam proses penelitian, atas rahmat yang diberikannya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
2. **Keluarga** - Thomas Ramdhan, Intan Kartikasari, Bounty Ramdhan, Majda Farha, Thiago Ramdhan, dan keluarga penulis lainnya yang tidak bisa dituliskan semua dalam penelitian ini, terimakasih untuk selalu mendukung penulis sampai penyelesaian penulisan ini.
3. **Dosen Pembimbing dan Dosen HI Unpar** - Terimakasih untuk Dr. Albertus Irawan Justiniarto Hartono, Drs., M.A. sudah membimbing penulis menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa juga kepada Bang Tian yang membantu penulis saat terjebak dalam hambatan dan kepada dosen-dosen HI Unpar penulis sangat berterimakasih.
4. **Noixx, Dragon Bites dan Glasloop** - Teman-teman yang menghibur penulis saat terjadi hambatan penelitian dan tempat penulis mencurahkan ide atau aspirasi dari penelitian.
5. **Abuba, Cap ABC, dan HI Gang Gong** - Teman penulis sejak awal studi sampai kemudian hari yang penuh canda tawa.
6. **Teman SMA Alpen** - Saksi hidup perkembangan pendidikan dan pergaulan sosial penulis yang membangun semangat penulis dalam menjalani hidupnya.
7. **Chalista Naura Putri, Bintang Ardiya, Chinta Ayu, Shandy Nursanthyasto, Givanka Nathaniel, Qarabin Sabila, Syafanca, Gozali Agustian, Brigita Aninta, Ega Wirasakti, dan** - Terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk penulis mencurahkan keluh kesahnya dan menjadi pendorong semangat penulis dalam menjalani kehidupannya.

## Daftar isi

<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>ii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iii</b>
<b>Daftar isi</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar Singkatan</b> .....	<b>vii</b>
<b>Bab I</b> .....	<b>1</b>
<b>Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	9
1.4. Kajian Pustaka .....	9
1.5. Kerangka Pemikiran .....	13
1.5.1. Teori Liberalisme .....	14
1.5.2. Konsep Diplomasi Kebudayaan .....	15
1.5.3. Konsep <i>Bandwagon Effect</i> .....	17
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	18
1.6.1. Metode Penelitian .....	18
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data .....	19
1.7. Sistematika Pembahasan.....	19
<b>Bab II</b> .....	<b>21</b>
<b>Korean Wave Sebagai Instrumen Ekonomi Korea Selatan dan Perkembangannya di Indonesia</b> .....	<b>21</b>
2.1. Jenis - Jenis dan Sejarah Terbentuknya <i>Korean Wave</i> .....	21
2.1.1. Sejarah dan Tujuan Terbentuknya <i>Korean Wave</i> .....	22
2.1.2. Jenis - Jenis <i>Korean Wave</i> .....	24
2.1.2.1. K-Drama (Film & Serial Televisi) .....	24

2.1.2.2. K-Pop (Musik) .....	25
2.2. Kebijakan Pemerintah dan Kontribusi K-Beauty Terhadap Ekonomi Korea Selatan .....	27
2.2.1. Kebijakan Pemerintah Korea Selatan yang Mendukung Penyebaran <i>Korean Wave</i> .....	27
2.2.2. Kontribusi K-Beauty Terhadap Ekonomi Korea Selatan .....	31
2.3. Perkembangan <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	33
2.3.1. Perkembangan K-Drama di Indonesia .....	34
2.3.2. Perkembangan K-Pop di Indonesia .....	39
<b>Bab III .....</b>	<b>45</b>
<b>Keterhubungan Penjualan Produk Korean Wave di Indonesia Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19 .....</b>	<b>45</b>
3.1. Produk K-Beauty di Indonesia yang Dipengaruhi Oleh <i>Korean Wave</i> .....	45
3.1.1. Jenis - Jenis Produk K-Beauty .....	46
3.1.2. Merek Produk K-Beauty asal Korea Selatan .....	49
3.1.3. Kompetitor Produk Kecantikan Asal Korea Selatan .....	51
3.2. Profil Konsumen K-Beauty di Indonesia .....	53
3.2.1. Jenis Kelamin .....	53
3.2.2. Usia .....	55
3.3. Penjualan Produk K-Beauty di Indonesia .....	56
3.3.1. Sebelum Pandemi Covid-19 .....	57
3.3.2. Saat Pandemi Covid-19.....	61
3.3.3. Keterhubungan Penjualan K-Beauty Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 .....	64
<b>Bab IV .....</b>	<b>67</b>
<b>Kesimpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>70</b>

## Daftar Tabel

<b>Tabel 3.1. Data Penjualan Produk Innisfree di Indonesia pada Tahun 2019.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 3.2. Merek Produk Skincare yang Paling Sering Digunakan Wanita Indonesia.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 3.3. Data Penjualan Merek Produk Kosmetik di Indonesia Tahun 2020.....</b>	<b>62</b>

## Daftar Gambar

<b>Gambar 2.1. <i>Indonesian Consumption of Korean Culture and Entertainment</i>.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 2.2. Negara dengan Penggemar K-Pop Terbanyak.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 3.1. <i>E-Commerce Report 2020</i>.....</b>	<b>64</b>

## **Daftar Singkatan**

EU	: European Union
K-POP	: Korean Popular
K-BEAUTY	: Korean Beauty
K-DRAMA	: Korean Drama
IK-CEPA	: Indonesian-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement
KCCI	: Indonesian Korean Culture Center
KOTRA	: Korea Trade-Investment Promotion Agency
GDP	: Gross Domestic Product
TV	: Televisi
SINETRON	: Sinema Elektronik
K-WAVE	: Korean Wave
FDA	: Food and Drug Administration

# Bab I

## Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Studi Hubungan Internasional merupakan sebuah studi yang mempelajari bentuk-bentuk interaksi pada aktor yang berada di sistem internasional, aktor yang dimaksud adalah aktor negara maupun aktor non-negara, dalam studinya pun ilmu ini tidak berdiri sendiri yaitu karena Ilmu Hubungan Internasional merupakan ilmu yang interdisipliner karena didalamnya terdapat ilmu politik, ekonomi, hukum, sejarah, dan sosiologi yang menjadikan ilmu ini menjadi kaya akan pengetahuan.<sup>1</sup> Ilmu Hubungan Internasional mempunyai bahasan utama yang biasanya menjadi bahan yang dikaji dalam ilmu ini seperti keamanan, politik dan ekonomi. Ketiga isu atau topik tersebut memiliki keragaman didalamnya yang membuat Ilmu Hubungan Internasional memiliki banyak jenis teori atau konsep yang berkembang di dalamnya.

Terdapat banyak sekali teori atau konsep yang berada di dalam ilmu ini, teori tersebut pun dikembangkan bersamaan dengan terjadinya isu-isu di dunia internasional. Berawal dari teori besar seperti *Realism* dan *Liberalism* yang berkembang seiring berjalannya waktu dan membuat Ilmu Hubungan Internasional memiliki *The English School, Marxism, Critical Theory, Postmodernism, Constructivism, Feminism, dan Green Politics.*<sup>2</sup> Teori dan Konsep tersebut digunakan untuk menjelaskan bahkan menyelesaikan suatu isu-isu yang berbeda seperti membahas kepentingan negara. Suatu negara pasti mempunyai kepentingannya masing-masing, namun pada umumnya negara akan mementingkan *power* untuk menjamin berjalannya fungsi

---

<sup>1</sup>International Relations Edu, "What Is International Relations | What Is International Studies," Internationalrelationsedu.org, 2018. Diakses pada 23 Oktober 2021 <https://www.internationalrelationsedu.org/what-is-international-relations/>.

<sup>2</sup>Timothy Dunne, Milja Kurki, and Steve Smith, *International Relations Theories : Discipline and Diversity* (Oxford: Oxford University Press, 2013).

negara dengan baik. Dalam menjelaskan *power* terdapat dua konsep dalam Ilmu Hubungan Internasional, yaitu *soft power* dan *hard power*.

*Soft power* pada pengaplikasiannya bertumpu kepada kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain dengan tanpa menggunakan kekerasan, paksaan, dan koersi melainkan menggunakan kepribadian yang menarik, budaya, nilai-nilai politik, institusi, dan kebijakan yang memiliki otoritas moral. Berbeda dengan *hard power* yang pada pengaplikasiannya menggunakan tindakan paksaan atau ancaman untuk mencapai suatu tujuannya, pengukuran *power* pun menggunakan kriteria seperti banyaknya populasi, besarnya wilayah, sumber daya alam, kekuatan militer, dan kekuatan ekonomi.<sup>3</sup> kedua konsep tersebut pun tentu saja memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing dalam penggunaannya oleh suatu negara, hal ini terjadi karena beragamnya respon masyarakat internasional terhadap kedua pendekatan yang berbeda.

*Hard power* adalah konsep yang lebih tua dari pada *soft power*, hal ini karena konsep ini memiliki cara-cara tradisional. Pada zaman dahulu kekuatan militer digunakan untuk perang yang menjadi salah satu cara dari sebuah negara yang kuat menaklukkan atau membuat negara yang lebih lemah menjadi berpihak dan mengikuti ideologi negaranya. Namun di luar perang, kekuatan militer bisa juga digunakan untuk mengancam suatu negara dengan harapan mendapatkan keuntungan ekonomi. Namun cara ini tidak disukai bahkan direndahkan oleh *European Union* sebagai blok ekonomi terbesar di dunia, hal ini terjadi karena adanya pengaplikasian *soft power* oleh EU yang dinilai lebih menguntungkan dan tidak mencekam dunia global untuk segala aksi yang dilakukannya, walaupun pada saat itu EU masih menggunakan

---

<sup>3</sup>Aigerim Raimzhanova, "Power in IR: Hard, Soft, and Smart," Culturaldiplomacy.org, 2015. Diakses pada 23 Oktober 2021  
[http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2015-12\\_annual/Power-In-Ir-By-Raimzhanova,-A.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2015-12_annual/Power-In-Ir-By-Raimzhanova,-A.pdf).

sedikit *hard power*.<sup>4</sup> Ketertarikan aktor-aktor internasional terhadap penggunaan *soft power* pun semakin meningkat akibat cara-caranya yang persuasif dan sangat meyakinkan membuat pendekatan yang lebih lunak dan bersahabat dibanding dengan *hard power* yang lebih mengarah ke arah kekerasan.

Seiring berkembangnya zaman, pemikiran konsep *soft power* oleh masyarakat global dapat menggeser pandangan *hard power*. Kesadaran akan perang hanya menghabiskan banyaknya korban, waktu, dan biaya pun muncul karena adanya perkembangan teknologi yang secara tidak langsung mengedukasi masyarakat global akan hal tersebut. Hal ini pun di dorong karena sedang gemparnya isu-isu tentang Hak Asasi Manusia yang membuat banyak aktor menghindari untuk berkecimpung atau bergesekan dengan permasalahan tersebut, membuat konsep perang dan ancaman militer tidak bisa lagi diterima oleh masyarakat global. Di zaman modern ini, banyak negara-negara yang menggunakan *soft power* dalam memenuhi kepentingan negaranya. Kepentingan ekonomi menjadi yang utama untuk dikembangkan oleh negara, menurut Nye melalui *soft power* keuntungan ekonomi ini dapat diperoleh. Melalui politik luar negeri, dimana sebuah negara dapat melakukan peningkatan prospek kerja sama ekonomi serta keterbukaan ekonominya yang tentunya dapat meningkatkan perekonomian negaranya.<sup>5</sup> Hal itu lah yang membuat negara-negara pada era modern sangat tertarik untuk menggunakan konsep *soft power* dibanding dengan menggunakan konsep *hard power*.

---

<sup>4</sup>Peter Spiegel and Peter Spiegel, "The Importance of Hard Power," Carnegie Endowment for International Peace, September 14, 2014. Diakses pada 23 Oktober 2021 <https://carnegieendowment.org/2011/09/14/importance-of-hard-power-pub-45513>.

<sup>5</sup>Nye, Joseph S, *Public Diplomacy and Soft Power. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, Vol 616, Issue 1, pp. 94 – 109, March 1, 2008. Hal. 17

## 1.2. Identifikasi Masalah

Ketidaksesuaian konsep *hard power* pada era modern membuat perubahan yang signifikan pada sistem internasional. Setelah perang dingin selesai, globalisasi mengalami perkembangan metode pendekatan dan kerjasama yang sangat pesat dan juga bervariasi, konsep *soft power* menjadi salah satu perhatian utama terutama di dalam isu-isu hubungan internasional kontemporer, dengan alasan konsep ini menggunakan cara yang persuasif dalam memenuhi tujuan suatu negara dan cenderung membuat negara lain yang berkepentingan setuju untuk mengikuti kepentingan negara yang menggunakan konsep ini.<sup>6</sup> Selain itu konsep ini didukung oleh negara seiring dengan perubahan arus globalisasi yang saat ini bertumpu pada teknologi dan informasi yang membuat cepatnya perputaran informasi dan tidak mempunyai batas global.

Masyarakat global sudah tidak asing lagi dengan perkembangan arus teknologi pada skala global, hal ini pastinya dapat menyebabkan beberapa dampak positif bahkan negatif yang signifikan. Pada masa pandemi Covid-19 pun perkembangan teknologi ini menjadi pesat naiknya karena adanya pembatasan tatap muka yang diaplikasikan kepada banyak negara, pandemi ini mengubah metode interaksi antar individu maupun kelompok di dunia untuk beradaptasi menggunakan teknologi digital. Teknologi pun pada masa pandemi sangat berpengaruh kepada sektor ekonomi negara, dimana pada beberapa negara seperti Indonesia sektor ekonomi sangat menurun akibat dari kurangnya pemanfaatan teknologi dalam menjaga pertumbuhan ekonomi negara. Konsumsi digital dinilai akan terus meningkat dan akan mempunyai dampak terhadap ekonomi digital yang berpengaruh kepada ekonomi negara.<sup>7</sup> Kondisi dimana negara

---

<sup>6</sup>Jan-Philipp Wagner, "The Effectiveness of Soft & Hard Power in Contemporary International Relations," *E-International Relations*, 2013. Diakses pada 23 Oktober 2021 <https://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/>.

<sup>7</sup>PDSI KOMINFO, "Pandemi Covid-19 Pacu Adaptasi Gunakan Teknologi Digital," Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, February 8, 2021. Diakses pada 25 Oktober 2021 [https://www.kominfo.go.id/content/detail/32602/pandemi-covid-19-pacu-adaptasi-gunakan-teknologi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/32602/pandemi-covid-19-pacu-adaptasi-gunakan-teknologi-digital/0/berita_satker).

mementingkan ekonomi negaranya terlebih lagi pada masa yang menyulitkan ini, mengingatkan kembali kepada pentingnya perkembangan ekonomi yang stabil untuk keberlanjutan suatu negara.

Tak bisa dipungkiri lagi bahwa perkembangan ekonomi sangatlah penting diperhatikan oleh setiap negara. Perkembangan ekonomi itu sendiri dapat terjadi jika terjadi peningkatan produksi barang atau jasa selama periode waktu tertentu. Perkembangan ekonomi ini biasanya dilakukan oleh suatu negara untuk membebaskan masyarakatnya dari kemiskinan atau mendapatkan *power* pada sistem internasional agar tidak dipandang sebelah mata oleh negara lain. Pengembangan ekonomi pun dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara seperti peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan sumber daya alam yang baik, dan pemanfaatan budaya yang diikuti dengan penggunaan *soft power* secara efektif.<sup>8</sup> Negara yang berhasil dan efektif menggunakan cara ini untuk meningkatkan perekonomian negaranya adalah Korea Selatan.

*Soft power* Korea Selatan melalui budaya popnya tidak dapat didebatkan lagi kesuksesannya. Berawal dari 1980-an dimana terjadi demokratisasi negara yang memunculkan pelonggaran sensor dan pengurangan pembatasan perjalanan pada Korea Selatan, hal itu membuat dorongan yang signifikan terhadap penyebaran global budayanya. Gelombang Budaya Korea atau Hallyu telah menjadi *soft power* Korea Selatan secara tidak sengaja, Hallyu juga membuat terjadinya peningkatan ketertarikan investor untuk berinvestasi dalam industri kreatif Korea Selatan yang memperkuat perkembangan ekonominya. Hanya dalam waktu tiga dekade, Korea Selatan berhasil menggemparkan dunia kreatif global dengan budaya *K-pop* dan

---

<sup>8</sup>Max Roser, "What Is Economic Growth? And Why Is It so Important?," Our World in Data, May 13, 2021 Diakses pada 25 Oktober 2021 <https://ourworldindata.org/what-is-economic-growth>.

*K-drama*.<sup>9</sup> Hal yang memicu Korea Selatan melakukan penyebaran budaya pada tahun 1910-1945 Korea Selatan menjadi salah satu koloni Jepang yang membuat negara ini dapat dibidang sebagai negara yang minim identitas budayanya, membuat Korea Selatan fokus mengembangkan budayanya.<sup>10</sup> Banyak sekali negara di wilayah Asia bahkan sampai ke Amerika yang menikmati budaya ini secara terus menerus, hal ini terjadi karena kebudayaan Korea Selatan yang unik dan memiliki daya tariknya sendiri.

Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi penikmat musik, drama televisi, makanan, literatur, dan kosmetik yang berasal dari Korea Selatan. Tercatat bahwa Hallyu sudah memasuki dan menjadi konsumsi masyarakat Indonesia semenjak tahun 2000 yang berawal dari penayangan K-Drama pada salah satu stasiun televisi nasional Indonesia yang berjudul *Endless Love*. Budaya Korea Selatan di Indonesia pun semakin lama berdatangan dengan menawarkan konten dan penyampaian yang menarik membuat masyarakat Indonesia menerima dan mengkonsumsi produk atau budaya tersebut. Dengan adanya pandemi Covid-19 pun tidak menjadi alasan bahwa *Korean Wave* akan terhambat lajunya di industri hiburan Indonesia, hal itu bahkan meningkatkan angka konsumsi produk dan hiburan budaya Korea Selatan. Pemanfaatan teknologi digital pada sektor industri kreatif Korea Selatan pun dilakukan karena adanya keterbatasan tatap muka penikmat budaya ini. Di Indonesia sendiri, Hal ini dipicu karena terjadinya *lockdown* dan *social distancing* yang membuat masyarakat Indonesia berdiam diri di dalam rumah demi menghindari dan berkontribusi dalam penurunan penyebaran Covid-19 di wilayahnya. Hal itu membuat budaya Korea Selatan menjadi salah satu pilihan hiburan yang dituju oleh masyarakat Indonesia dalam menjalani masa *lockdown* di rumahnya dan membuat

---

<sup>9</sup>Christine Ro, "BTS and EXO: The Soft Power Roots of K-Pop," [www.bbc.com](http://www.bbc.com), March 9, 2020. Diakses pada 25 Oktober 2021 <https://www.bbc.com/culture/article/20200309-the-soft-power-roots-of-k-pop>.

<sup>10</sup> Walsh, John. "Hallyu as a government construct: The Korean Wave in the context of economic and social development." In *The Korean Wave*, p. 6. Palgrave Macmillan, New York, 2014.

lebih banyak lagi masyarakat yang sebelumnya tidak tahu budaya ini menjadi mulai tertarik dengan hal-hal yang berbau Korea Selatan. Fenomena *Korean Wave* yang terjadi di Indonesia ini membuat negara Indonesia menempati peringkat keempat sebagai jumlah penikmat hiburan Korea Selatan di dunia.<sup>11</sup> Dengan besarnya penikmat produk Korea Selatan di Indonesia bahkan dunia pasti akan berpengaruh kepada ekonomi negara Korea Selatan itu sendiri.

*Korean Wave* menyumbangkan kontribusi kepada perekonomian Korea Selatan adalah hal yang benar. Hal ini dibuktikan dengan satu grup band K-Pop bernama BTS, grup band tersebut sendiri saja pada tahun 2018 sudah menyumbangkan lebih dari 3,54 miliar dolar AS atau setara dengan 51 triliun rupiah untuk ekonomi negaranya. Angka dari satu grup band tersebut setara dengan kontribusi ekonomi dari 26 perusahaan skala menengah yang berada di Korea Selatan dan juga setara dengan kontribusi ekonomi dari perusahaan maskapai terbesar di Korea Selatan yaitu Korean Air. Angka tersebut berasal bukan hanya dari penjualan kaset maupun cinderamata grup band tersebut, melainkan juga dari 800.000 wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan sebagai tujuan wisata mereka yang diberi pengaruh oleh BTS. tentu saja angka tersebut dapat disimpulkan bahwa *Korean Wave* mempunyai kontribusi yang besar terhadap perkembangan ekonomi Korea Selatan.<sup>12</sup>

Akibat dari penyebaran budaya tersebut, tidak hanya sektor industri musik dan perfilman saja yang diuntungkan. Hal ini juga berimbas kepada sektor industri Korea Selatan lainnya, seperti K-Beauty yang merupakan sektor penjualan produk perawatan wajah dan kosmetik dari Korea Selatan. Hal tersebut dapat berimbas kepada produk kecantikan, karena munculnya stigma dalam Masyarakat Indonesia akan produk kecantikan dari Korea Selatan adalah yang terbaik

---

<sup>11</sup>Rizki Aulia Sakina, "Korean Wave Di Indonesia Saat Pandemi Covid-19," kumparan, Desember 29, 2020. Diakses pada 26 Oktober 2021 <https://kumparan.com/rizqia-sakina/korean-wave-di-indonesia-saat-pandemi-covid-19-1usGiUzBJvL/2>.

<sup>12</sup>Wandering Shadow, "The 'BTS Effect' on South Korea's Economy, Industry and Culture," Medium, November 7, 2019. Diakses pada 26 Oktober 2021 <https://shadow-twts.medium.com/the-bts-effect-on-south-koreas-economy-industry-and-culture-975e8933da56>.

akibat model dari produk tersebut adalah umumnya adalah seseorang yang familiar atau idola yang diidolakan dari individu yang mengkonsumsi produk tersebut karena ingin ‘menjadi’ sama seperti idolanya.

### **1.2.1. Pembatasan Masalah**

Terdapat banyak sekali periode waktu yang dapat dijabarkan dalam perkembangan *Korean Wave* di Indonesia, mulai dari tahun 2000-an dimana pertama kalinya K-Drama yang berjudul *Endless Love* yang diikuti dengan masuknya tayangan lainnya seperti *Meteor Garden* dan *Squid Game*. tidak berhenti disitu saja, pada tahun 2010-an terjadi gebrakan budaya musik Indonesia karena bermunculannya seniman fenomenal seperti *PSY*, *Big Bang*, dan *Super Junior* sampai ke perkembangan produk kecantikan Korea Selatan di Indonesia yang selalu meningkat setiap tahunnya yang dimana produk kecantikan menjadi fokus utama dari banyak nya konsumsi dari produk Korea Selatan yang dipengaruhi oleh *Korean Wave*. Dikarenakan terlalu banyaknya periode waktu dalam penyebaran *Korean Wave* di Indonesia menjadikan penulis akan melakukan pembatasan periode. Pembatasan waktu akan dibagi menjadi dua bagian yaitu sebelum Desember 2019 (Sebelum Pandemi Covid-19) dan sesudah Desember 2019 - Desember 2021 (Sejak Pandemi Covid-19), pembatasan ini dipilih karena adanya lonjakan pecinta atau penikmat budaya Korea Selatan yang sangat signifikan karena adanya pandemi yang sedang terjadi.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan dalam poin identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian “***Bagaimana Perbandingan Penyerapan Produk K-Beauty di Indonesia yang diinspirasi oleh Korean Wave Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19?***”

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat perbandingan kondisi fenomena *Korean Wave* di Indonesia dan bagaimana *Korean Wave* dapat berkontribusi kepada produk kecantikan Korea Selatan sebelum dan sejak pandemi Covid-19. Penulis merasa topik ini sangat pantas untuk diteliti lebih dalam lagi, hal ini terjadi karena tingginya antusias masyarakat Indonesia terhadap *Korean Wave* pada masa pandemi secara besar yang memberikan dampak signifikan terhadap konsumsi produk kecantikan Korea Selatan.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu banyak kalangan terutama mahasiswa Hubungan Internasional yang mempunyai ketertarikan akan topik peningkatan minat konsumsi produk kosmetik Korea Selatan melalui *soft power* dan bagaimana Indonesia dapat berkontribusi kepada perekonomian Korea Selatan yang dimana hal ini hanya diawali dengan penerimaan budaya Korea Selatan. Sekaligus juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya pengelolaan dan penyebaran budaya karena besarnya industri kreatif yang terkadang dipandang sebelah mata oleh banyak masyarakat, dimana ternyata hal ini dapat menjadi salah satu sumber pendapatan negara terbesar.

### **1.4. Kajian Pustaka**

Kekuatan Korea Selatan dalam menaikkan ekonominya melalui *Korean Wave* dapat dijadikan panutan oleh negara-negara lain yang membuat topik ini banyak diangkat ke dalam

tulisan ilmiah. Dalam menganalisis penelitian yang diangkat oleh penulis, perlu adanya sebuah rujukan dari literatur atau penelitian yang sudah pernah dibuat yang tentunya memiliki kesamaan tema atau topik dengan penelitian penulis.

Bahan pertama yang akan penulis gunakan adalah berbentuk jurnal yang ditulis oleh Ni Putu Elvina Suryani dari Universitas Indonesia. Jurnal ini berjudul “*Korean Wave* Sebagai Instrumen *Soft Power* Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan” yang dikeluarkan pada Mei 2014.<sup>13</sup> Ni Putu Elvina Suryani, menjelaskan tentang *Korean Wave* tidak hanya sebatas penyebaran budaya Korea Selatan saja, tetapi hal ini mampu mendongkrak ekonomi Korea Selatan dengan menggunakan tiga tahapan. Pertama adalah penyebaran budaya Korea Selatan, kedua adalah produksi barang komersil *Hallyu*, dan ketiga adalah penjualan barang komersil *Hallyu* ke pasar internasional. Penyebaran budaya Korea Selatan pertama kali dimulai pada tahun 1990-an di Asia Timur yang selalu berkembang sampai Amerika dan Eropa. Budaya Korea Selatan atau *Hallyu* ini sangat digemari masyarakat internasional yang ditunjukkan dengan melonjaknya peminat pemirsa televisi di Tiongkok, Amerika, Indonesia, dan Eropa terhadap Drama Korea. Hal ini pun menstimulasi sektor hiburan Korea Selatan untuk berkembang seperti K-Pop (musik), yang dimana budaya musik tersebut menjadi daya tarik setelah banyaknya grup musik Korea Selatan yang muncul, seperti H.O.T, Big Bang, dan S.E.S. Produk barang komersil *Hallyu* pun menjadi meningkat karena meningkatnya pengaruh budaya Korea Selatan di skala internasional. Dalam jurnal ini Ni Putu Elvina Suryani dapat dikaitkan dengan teori *Soft Power* dalam menganalisa fenomena *Hallyu* ini, teori ini membahas bahwa diplomasi kebudayaan adalah salah satu cara bagi suatu negara dalam meningkatkan *power*

---

<sup>13</sup>Suryani, Ni Putu Elvina. “Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan.” *Global: Jurnal Politik Internasional* 16 (1), 2015. Diakses pada 26 Oktober 2021 <https://doi.org/10.7454/global.v16i1.8>.

dengan cara yang lunak atau tanpa menggunakan peperangan.<sup>14</sup> Jurnal ini menekankan kepada besarnya pengaruh *Korean Wave* terhadap peningkatan ekonomi dan diplomasi Korea Selatan.

Jurnal kedua yang akan penulis gunakan adalah jurnal oleh Yun Young Cho dari Universitas Chung-Ang, Seoul, Korea Selatan yang diterbitkan oleh *The Korean Association of International Studies*. Jurnal ini berjudul “*Public Diplomacy and South Korea’s Strategies*” yang dikeluarkan pada tahun 2012.<sup>15</sup> Penulis menjelaskan tentang *Korean Wave* sebagai instrumen penting Korea Selatan dalam mendapatkan kepentingan nasionalnya, didalamnya terdapat tiga poin penting, yaitu peran dari diplomasi budaya, strategi dari diplomasi budaya, dan pengembangan diplomasi budaya yang kuat. Peran dari diplomasi budaya penting karena hal ini dapat mempromosikan citra yang baik dari suatu negara, memperkuat hubungan antar negara, dan dapat menyebarkan justifikasi dari suatu kebijakan dari Korea Selatan. Dalam jurnal ini Yun Young Cho dapat dikaitkan dengan teori Diplomasi Budaya dalam menganalisa fenomena diplomasi budaya dalam mencapai kepentingan nasional ini, teori ini membahas bahwa diplomasi budaya adalah salah satu hal penting bagi negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya seperti relasi antar negara, penentuan kebijakan regional, dan peningkatan ekonomi dalam negeri.<sup>16</sup> Jurnal ini menekankan kepada pentingnya diplomasi budaya sebagai strategi Korea Selatan dalam mencapai kepentingannya. Jurnal ini termasuk pada kelompok yang memandang *Hallyu* sebagai peran positif yang dapat membantu berkembangnya ekonomi Korea Selatan. Selain itu, Yun Young Cho menekankan kepada pentingnya *Korean Wave* dalam peningkatan ekonomi Korea Selatan. Skripsi yang dibuat berbeda dengan jurnal dari Yun Young

---

<sup>14</sup>Joseph S Nye, “Soft Power,” *Foreign Policy* 80, no. 80 (1990): 153–71, Diakses pada 16 Maret 2022. <https://doi.org/10.2307/1148580>.

<sup>15</sup>Yun Young Cho, “Public Diplomacy and South Korea’s Strategies,” *The Korean Journal of International Studies* 10, no. 2 (December 31, 2012). Diakses pada 27 Oktober 2021. <https://doi.org/10.14731/kjis.2012.12.10.2.275>.

<sup>16</sup>Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan : Konsep Dan Relevansi Bagi Negara Berkembang : Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2007).

Cho, karena wilayah penelitian yang berbeda dimana di jurnal meneliti fenomena *Hallyu* pada wilayah global dan skripsi meneliti fenomena *Hallyu* pada wilayah Indonesia saja

Jurnal ketiga yang akan penulis gunakan adalah berbentuk jurnal yang ditulis oleh Anisa Nur Andina dengan judul “Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-POP” yang dikeluarkan pada Desember 2019.<sup>17</sup> Penulis menjelaskan tentang pengaruh *Korean Wave* di Indonesia yang dibagi menjadi tiga tahapan. Pertama adalah sejarah K-Pop di Indonesia, antusias masyarakat Indonesia terhadap K-Pop, dan penjualan produk K-Pop di Indonesia. Sejarah K-Pop di Indonesia berawal dari grup band Korea Selatan seperti Big Bang yang menyanyikan lagu dengan bahasa Korea menjamur pada tahun 2000-an. Hal ini pun memunculkan sifat masyarakat Indonesia yang konsumtif terhadap produk yang berbau bahkan menyinggung budaya K-pop. Dalam jurnal ini pendapat Anisa Nur Andina dapat dikaitkan dengan konsep *bandwagon effect*. Konsep ini membahas bahwa sifat konsumtif tersebut dapat muncul akibat pengaruh eksternal dan internal. Jurnal ini menekankan kepada sifat konsumtif serta hedonisme masyarakat Indonesia akan produk K-Pop. Jurnal ini termasuk pada kelompok yang memandang *Hallyu* sebagai pengaruh yang sangat kuat dalam suatu diplomasi dan kebudayaan suatu negara.

Jurnal keempat ditulis oleh Fandy Zenas Tjoe dan Kyung-Tae Kim dari Universitas Nasional Kangwon. Jurnal ini berjudul “*The Effect of Korean Wave on Consumer's Purchase Intention of Korean Cosmetic Products in Indonesia*” yang dikeluarkan pada September 2016.<sup>18</sup> Fandy Zenas Tjoe dan Kyung-Tae Kim menjelaskan tentang pengaruh *Korean Wave* di Indonesia terhadap peningkatan minat dalam membeli produk kosmetik asal Korea Selatan terjadi karena

---

<sup>17</sup>Anisa Nur Andina, “Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-POP,” *Syntax Idea* 1, no. 8 (December 24, 2019): 39. Diakses pada 27 Oktober 2021. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v1i8.100>.

<sup>18</sup>Fandy Zenas Tjoe and 김경태, “The Effect of Korean Wave on Consumer’s Purchase Intention of Korean Cosmetic Products in Indonesia,” *Journal of Distribution Science* 14, no. 9 (September 2016): 65–72. Diakses pada 27 Oktober 2021. <https://doi.org/10.15722/jds.14.9.201609.65>.

*Korean Wave*, *Ethnocentrism*, dan *Country-of-Origin Image*. *Korean Wave* dideskripsikan sebagai hiburan dan budaya yang populer di dunia global yang memicu adanya fenomena unik di wilayah Asia Tenggara, Asia Timur, dan global. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dari negara-negara tersebut banyak masyarakatnya yang mengikuti, mengagumi dan mempelajari kebudayaan Korea Selatan. Dalam jurnal ini Fandy Zenas Tjoe dan Kyung-Tae Kim dapat dikaitkan dengan teori Diplomasi Budaya dalam menganalisa fenomena diplomasi budaya dalam mencapai kepentingan nasional ini, teori ini membahas bahwa diplomasi budaya adalah salah satu hal penting bagi negara untuk mencapai kepentingannya seperti relasi antar negara, penentuan kebijakan regional, dan peningkatan ekonomi dalam negeri.<sup>19</sup>

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Ilmu Hubungan Internasional adalah sebuah studi yang mempelajari tentang interaksi aktor-aktor yang berada di dunia. Aktor yang menjadi fokus adalah negara, dimana interaksi tersebut pada umumnya bersifat lintas batas negara.<sup>20</sup> Interaksi para aktor tersebut terlihat dalam suatu kegiatan yang bernama perdagangan internasional, yang dimana hal ini merupakan transaksi dagang barang atau jasa yang dilakukan antar negara sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati. Dalam mempelajari Ilmu Hubungan Internasional pun melihat bahwa terdapat banyak sekali teori dan konsep yang memiliki relevansi dengan masalah yang dibahas yang dimana penulis akan menuliskan tiga teori dan konsep yang akan menjadi fokus utamanya yaitu Liberalisme, Diplomasi Kebudayaan, dan *Bandwagon Effect*.

---

<sup>19</sup>Warsito, Tulus, and Wahyuni Kartikasari. *Diplomasi kebudayaan: konsep dan relevansi bagi negara berkembang: studi kasus Indonesia*. Ombak, 2007. Diakses 28 Oktober.

<sup>20</sup>Anak Agung Banyu Perwita. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya). Hal 3-4.

### 1.5.1. Teori Liberalisme

Terdapat dua buku dalam menjelaskan Teori Liberalisme. Yang pertama adalah buku “*Introduction to Global Politics*” yang ditulis oleh Richard W. Mansbach dan Kirsten L. Taylor pada tahun 2008.<sup>21</sup> Buku ini menjelaskan tentang liberalisme dalam aspek politik yang tentunya dapat mendatangkan keuntungan atau kerugian kepada aktor yang menggunakannya. Yang kedua adalah buku “*Introduction to International Relations*” yang ditulis oleh Robert Jackson dan Georg Sorensen pada tahun 2009.<sup>22</sup> Buku ini menjelaskan tentang banyaknya pandangan dalam liberalism yang dapat berpengaruh kepada bentuk-bentuk Kerjasama.

Liberalisme pun menjelaskan bahwa akan terjadinya saling bergantungnya para aktor dalam mempertahankan keberlangsungannya di dunia internasional, yang dimana hal ini menjadi salah satu alasan terjadinya kerja sama pada bidang politik dan ekonomi. Pada masa modern seperti sekarang, banyaknya perubahan yang terjadi pada sistem internasional seperti munculnya Kerjasama internasional dan berkurangnya peperangan. Kerjasama internasional dalam berbagai bidang pun menjadi cara favorit banyak negara untuk memenuhi kepentingan nasionalnya.

Elemen dalam Kerjasama internasional ini sendiri berada di dalam teori liberalisme. Terdapat banyak bentuk dari kerjasama internasional yang menjadi cara dalam memenuhi kepentingan nasional salah satunya adalah kerjasama di bidang ekonomi. Kerjasama ekonomi adalah sebuah bentuk dari kolaborasi yang dilakukan negara demi mencapai keuntungan bersama melalui penggunaan sumber daya yang dimiliki masing-masing negara seperti finansial, teknologi, dan material. Hal ini dapat didefinisikan sebagai bentuk kolaborasi antar dua negara atau lebih yang dimana negara tersebut mempunyai *value* dan tujuannya tersendiri seperti

---

<sup>21</sup> Richard W. Mansbach dan Kirsten L. Taylor. *Introduction to Global Politics*. (United States of America: Routledge, 2008).

<sup>22</sup> Robert Jackson dan Georg Sorensen. *Introduction to International Relations*. (Oxford: Oxford University Press, 2009)

industri, agrikultur, komersil, dan peningkatan ekonomi negara. Dapat disimpulkan bahwa kerjasama ini bukan hanya sekedar pertukaran barang atau jasa, melainkan pemanfaatan sumber daya dan sarana sebaik mungkin oleh suatu negara yang nantinya akan menjadi *value* suatu negara dalam melakukan kerjasama ekonomi internasional.

Faktor penyebab terjadinya Kerjasama internasional adalah Perspektif liberalisme menganggap bahwa negara pada dasarnya tidak bisa memenuhi kebutuhannya masing masing karena mempunyai keterbatasan yang berbeda-beda setiap negaranya. Oleh karena itu, peran dari aktor atau negara lain sangat dibutuhkan pada situasi ini, yang dimana hal ini dapat menutupi keterbatasan tersebut melalui kerja sama melalui perjanjian internasional maupun perdagangan internasional. Gagasan ini tidak muncul begitu saja, melainkan hal ini didasari atas fakta bahwa setiap negara memiliki kepemilikan sumber daya serta kepentingan yang berbeda-beda. Hal tersebut merupakan faktor pendorong terbentuknya kerjasama yang saling menguntungkan satu sama lain, yang membuat negara yang mengaplikasikan teori ini cenderung lebih menyiapkan strategi dalam melakukan kerjasama internasional demi memenuhi kepentingan nasionalnya.

### **1.5.2. Konsep Diplomasi Kebudayaan**

Terdapat dua buku dalam menjelaskan Teori Diplomasi Kebudayaan. Yang pertama adalah buku "*International Politics: A Framework for Analysis*" yang ditulis oleh K. J. Holtsi pada tahun 1978.<sup>23</sup> Buku ini menjelaskan Diplomasi Kebudayaan merupakan gabungan dari dua konsep besar yang berbeda yaitu diplomasi dan budaya yang memiliki pengertian yang berbeda. Diplomasi diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh suatu aktor yaitu negara dalam memperjuangkan macam-macam hal yang menjadi kepentingan nasionalnya di dalam sistem internasional. Yang kedua adalah buku "*Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi*

---

<sup>23</sup> Holtsi, K J. *International Politics : A Framework for Analysis*. 1978. (New Delhi: Prentce Hail of India).

*Negara Berkembang*” yang ditulis oleh Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari pada tahun 2007.<sup>24</sup> Buku ini menjelaskan Diplomasi Kebudayaan yang diartikan sebagai segala bentuk upaya atau usaha yang dilakukan oleh suatu negara dalam mendapatkan atau memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui aspek kebudayaan, yang didalamnya terdapat pemanfaatan bidang teknologi, ideologi, ekonomi, militer, sosial, politik, dan kesenian dalam dunia internasional. Di dalam konsep Diplomasi Kebudayaan, terdapat aktor-aktor yang menjadi krusial eksistensinya dalam berjalannya diplomasi ini, aktor tersebut antara lain adalah pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan masyarakat individu yang tentunya aktor tersebut dapat mempengaruhi negara lain tanpa adanya paksaan yang dilakukan oleh aktor yang sedang mempengaruhinya.

Dalam dunia internasional yang modern seperti sekarang, sudah minimnya berdiplomasi dengan negara lain menggunakan *Hard Power* karena identic dengan kekerasan dan terlalu banyak negatifnya. Maka negara-negara pun mencari cara lain dalam pemenuhan kepentingan nasionalnya yaitu adalah dengan *Soft Power* yang didalamnya terdapat diplomasi kebudayaan yang menjadi instrumen pentingnya

Elemen Diplomasi Kebudayaan ini sendiri di dalam perjalanannya pun Diplomasi Budaya mempunyai tujuan, yaitu untuk memenuhi kebutuhan umum dan mendapatkan dukungan untuk pemenuhan kepentingan nasional melalui kebijakan luar negeri yang dimiliki oleh negara yang tidak melupakan kepentingan dalam mendapatkan pendapat internasional maupun nasional. Diplomasi Kebudayaan merupakan salah satu bentuk cara aktor yang menggunakannya melakukan penyampaian visi dan misi politik luar negeri dari aktor tersebut kepada aktor yang lainnya. Diplomasi Kebudayaan pun pada umumnya mempunyai pola hubungan yang dilakukan

---

<sup>24</sup> Tulus Warsito and Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan : Konsep Dan Relevansi Bagi Negara Berkembang : Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2007).

di dalamnya, yaitu hubungan antara pemerintah ke pemerintah, lembaga non-pemerintah ke lembaga-non pemerintah, lembaga non-pemerintah ke pemerintah, pemerintah ke individu, bahkan sampai individu ke individu.

Faktor penyebab negara menggunakan diplomasi budaya adalah kesadaran akan perang hanya menghabiskan banyaknya korban, waktu, dan biaya yang muncul karena perkembangan teknologi. Hal ini pun mengingatkan negara-negara untuk merubah cara berdiplomasinya yang lebih diterima oleh masyarakat global, yaitu diplomasi budaya.

### **1.5.3. Konsep *Bandwagon Effect***

Terdapat satu jurnal dalam menjelaskan Teori *Bandwagon Effect*. Yaitu adalah jurnal "*Threshold Models of Interpersonal Effects in Consumer Demand*" yang ditulis oleh Mark Granovetter dan Roland Soong pada tahun 1986.<sup>25</sup> *Bandwagon effect* merupakan suatu fenomena psikologis dimana seseorang melakukan sesuatu karena melihat orang lain melakukannya yang didorong oleh rasa ketertarikan pada sesuatu dari orang lain.

Konsep ini memperlihatkan bahwa sifat konsumtif seseorang dalam membeli suatu barang dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal. Faktor internalnya adalah suatu hal seperti keinginan yang muncul dari dalam diri suatu individu yang menghasut individu tersebut dalam melakukan kegiatan seperti membeli suatu barang yang diinginkannya. Berbeda dengan faktor eksternal dimana sifat konsumtif yang dimiliki oleh suatu individu dipengaruhi oleh individu atau kelompok lainnya yang membuat prioritas kebutuhan dari seorang individu diabaikan begitu saja dalam membeli suatu barang atau jasa. Pada umumnya faktor eksternal ini dipengaruhi oleh banyak hal seperti fenomena yang banyak dibicarakan orang, iklan di media

---

<sup>25</sup> Mark Granovetter and Roland Soong, "Threshold Models of Interpersonal Effects in Consumer Demand," *Journal of Economic Behavior & Organization* 7, no. 1 (March 1986): 83–99. Diakses pada 26 Oktober 2021 [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(86\)90023-5](https://doi.org/10.1016/0167-2681(86)90023-5).

massa, perubahan gaya hidup sehari-hari, perubahan pendapatan, dan pengaruh dari individu atau kelompok lainnya yang biasanya sedang mengidolakan atau menginginkan suatu barang atau jasa.

Elemen keinginan suatu individu itu sendiri adalah yang pertama pengaruh trend mode, Tren yang didalamnya ada banyak hal yang biasanya menonjol di bagian penampilan seperti tata rias dan busana selalu berkembang setiap waktunya. Yang kedua adalah perubahan pola gaya hidup, perubahan pola gaya hidup dapat dipengaruhi karena adanya faktor sosial budaya yang berkembang di kehidupan masyarakat pada suatu lingkungan. Yang ketiga adalah perkembangan teknologi dan iklan di media massa, Tentu saja pada masa sekarang perkembangan teknologi tidak dapat didebatkan lagi pengaruhnya. Karena terjadinya globalisasi yang tinggi membuat mobilitas dan keinginan dari suatu individu pun meningkat. Internet menjadi salah satu alasannya, dengan aksesnya yang mudah dan cepat membuat penyebaran informasi terkait banyak hal menjadi lebih efektif.

Faktor penyebab adanya keinginan suatu individu itu muncul adalah pengaruh faktor internal seperti peningkatan perekonomian, yang diikuti oleh faktor eksternal seperti pengaruh trend dan perkembangan teknologi dan iklan di media massa yang memunculkan suatu keinginan individu untuk membeli atau memiliki sesuatu.

## **1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.6.1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Penelitian dalam mengandalkan metode ini akan lebih cocok digunakan untuk membahas topik ini, karena menggunakan metode yang mengutamakan pengamatan atas sebuah fenomena yang terjadi.

Dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif, penulis akan berfokus kepada penginterpretasian hasil dari pencarian yang dilakukan dengan baik, tepat, dan teliti. Hal ini dilakukan untuk mengedukasi para pembaca yang nantinya akan mempelajarinya.<sup>26</sup>

### **1.6.2. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data akan dilakukan oleh penulis menggunakan teknik pengumpulan data sekunder, yang merupakan data yang sudah ada keberadaannya yang akan diolah lebih lanjut oleh penulis. Hal itu dilakukan dengan cara pengolahan data dari jurnal, buku, dokumen, artikel, berita, dan situs resmi milik pemerintah Indonesia dan Korea Selatan. Hasil materi dari sumber-sumber yang disebutkan kemudian akan dianalisis dan diinterpretasi oleh penulis.<sup>27</sup>

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang saling berhubungan satu sama lainnya.

**Bab I - Pendahuluan**, berisikan pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan, Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data.

**Bab II - *Korean Wave* Sebagai Instrumen Ekonomi Korea Selatan dan Perkembangannya di Indonesia**, berisikan sejarah terbentuknya dan jenis-jenis *Korean Wave*, Kontribusi Produk Kosmetik Korea Selatan terhadap ekonomi Korea Selatan sebelum Covid-19 yang diikuti dengan kebijakan pemerintah Korea Selatan yang mendukung penyebarannya, dan perkembangan *Korean Wave* di Indonesia.

---

<sup>26</sup>Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 4th edn. (Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc., 2014). Hal 183-184.

<sup>27</sup>Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 4th edn. (Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc., 2014). Hal 194-199.

**Bab III - Keterhubungan Penjualan Produk *Korean Wave* di Indonesia Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19**, berisikan analisis yang diberikan oleh penulis mengenai fenomena *Korean Wave* yang di Indonesia pada masa pandemi, melalui ekspor/impor yang disertai dengan penjabaran produk dan profil konsumennya itu sendiri, dan data yang didapat akan diolah oleh penulis dan disajikan hasil perbandingannya.

**Bab IV - Kesimpulan**, berisikan sebuah konklusi yang diberikan oleh penulis, serta saran terhadap hasil penelitian.