



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

**Perbandingan Diplomasi Melalui Bahasa oleh Prancis dan
Korea Selatan terhadap Indonesia**

Skripsi

Oleh

Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing

6091901124

Bandung

2023



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

**Perbandingan Diplomasi Melalui Bahasa oleh Prancis dan
Korea Selatan terhadap Indonesia**

Skripsi

Oleh

Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing

6091901124

Pembimbing

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

Bandung

2023

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing
Nomor Pokok : 6091901124
Judul : Perbandingan Diplomasi Melalui Bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 5 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing

NPM : 6091901124

Jurusan/Program Studi : Hubungan Internasional

Judul : Perbandingan Diplomasi Melalui Bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia

Dengan ini menyatakan bahawa 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 saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juni 2023



Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing

ABSTRAK

Nama : Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing
NPM : 6091901124
Judul : Perbandingan Diplomasi Melalui Bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia

Penelitian ini membahas bahasa yang dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi. Prancis merupakan negara yang bahasanya telah dikenal dunia sejak lama. Digunakan lebih dari 300 juta orang di seluruh dunia, bahasa Prancis menjadi salah satu bahasa dengan peminat terbanyak di seluruh dunia. Namun, walaupun dengan ketenarannya di dunia, bahasa Prancis kalah saing pamornya di Indonesia dengan bahasa Korea yang hanya dipakai oleh sekitar 80 juta orang di seluruh dunia.. Hal ini dibuktikan dengan lebih banyaknya peminat program studi bahasa Korea di universitas-universitas Indonesia. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian “Bagaimana diplomasi melalui bahasa oleh Korea Selatan terhadap Indonesia dapat dinilai lebih berhasil dibandingkan Prancis?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti menggunakan diplomasi budaya, diplomasi bahasa, *multistakeholder diplomacy*, dan lima level bahasa dalam *soft power*. Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus komparatif dimana peneliti membandingkan dua subjek atau lebih berdasarkan variabel independen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan jika diplomasi bahasa Korea Selatan memang lebih berhasil dibandingkan Prancis karena karena data menunjukkan jika individu yang mempelajari bahasa Korea untuk mempelajari budaya Korea Selatan lebih banyak jika diukur berdasarkan lima level bahasa dalam *soft power*.

Kata kunci: diplomasi budaya, diplomasi bahasa, bahasa, Prancis, Korea Selatan, *soft power*

ABSTRACT

Name : Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing
Student number : 6091901124
Title : The Use of Diplomacy Through Language to Indonesia: A
Comparative Analysis of France and South Korea

This study discusses that language can be used as a diplomacy instrument. France is a country whose language has been known to the world for a long time. Spoken by more than 300 million people worldwide, French is one of the languages with the most user worldwide. However, despite its world fame, French has lost its prestige in Indonesia to Korean, which is only used by around 80 million people around the world. Based on this statement, the researcher formulated a research question "How can diplomacy through language by South Korean towards Indonesia be considered more successful than France?". To answer these questions, researchers used cultural diplomacy, language diplomacy, multistakeholder diplomacy, and five language levels in soft power. The research was conducted using the comparative case study method in which researcher compared two or more subjects based on independent variables. Based on the research that has been done, the researcher concludes that South Korean language diplomacy is indeed more successful than French because the data shows that individuals who learn Korean learn more South Korean culture when measured based on the five language levels in soft power.

Keywords: cultural diplomacy, language diplomacy, language, French, South Korea, soft power

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Perbandingan Diplomas Melalui Bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat pendidikan jenjang sarjana program studi Hubungan Internasional dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini menekankan mengenai bahasa sebagai instrumen diplomasi budaya. Penelitian ini membahas mengenai upaya-upaya diplomasi bahasa yang dilakukan Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia.

Prancis merupakan negara dengan kebudayaan dan bahasa yang sudah dikenal di seluruh dunia. Namun dalam 20 tahun terakhir, kebudayaan dan bahasa Korea Selatan mengalami peningkatan terutama dari segi peminatnya di Indonesia. Penelitian ini ditulis dengan tujuan membandingkan diplomasi bahasa yang dilakukan Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia. Penelitian ini akan menunjukkan jika bahasa merupakan instrumen yang penting dalam berdiplomasi. Penulis menyadari jika penelitian ini masih jauh dari kata sempurna secara substansi. Oleh karena penulis menerima kritik dan saran yang membangun, supaya dapat menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Bandung, 20 Juni 2023

Benedicta Isadora Rosnauli Sihombing

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR SINGKATAN	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.2.1. Pembatasan Masalah	10
1.2.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.4 Kajian Pustaka.....	11
1.5 Kerangka Pemikiran.....	15
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	20
1.6.1. Metode Penelitian.....	20
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data	21
1.7 Sistematika Pembahasan	21
BAB II.....	23
DIPLOMASI BAHASA PRANCIS DI INDONESIA.....	23
2.1 Diplomasi Bahasa Prancis di Indonesia.....	23
2.1.1 Institut Français Indonesia (IFI) Bandung	24
2.1.2 Diplomasi IFI Melalui Literasi	26
2.1.3 Pekan Frankofoni	28
2.1.4 Festival Sinema Prancis 2022.....	30
2.1.5 Gim Bahasa Prancis.....	31

2.2	Alasan Diplomasi Bahasa Prancis ke Indonesia	31
2.3	Minat atau Respon Masyarakat Indonesia Terhadap Bahasa Prancis	34
BAB III.....		37
DIPLOMASI BAHASA KOREA DI INDONESIA.....		37
3.1	Diplomasi Bahasa Korea di Indonesia.....	38
3.1.1	<i>Korean Cultural Center Indonesia (KCCI)</i>	38
3.1.2	<i>Korean Culture Day</i>	40
3.1.3	K-Festival 2022	41
3.1.4	Diplomasi Bahasa Korea Melalui Film.....	42
3.1.5	Diplomasi Bahasa Korea Melalui Literasi	44
3.2	Alasan Diplomasi Bahasa Korea ke Indonesia	45
3.3	Minat atau Respon Masyarakat Indonesia terhadap Bahasa Korea.....	48
BAB IV		50
PERBANDINGAN DIPLOMASI BAHASA PRANCIS DAN KOREA SELATAN BERDASARKAN LIMA LEVEL BAHASA DALAM <i>SOFT POWER</i>.....		50
4.1	Minat Masyarakat Indonesia Untuk Mempelajari Bahasa Prancis.....	50
4.1.1	Level Empatik	51
4.1.2	Level Simpatik	51
4.1.3	Level Geopolitik.....	52
4.1.4	Level Sirkuit Diplomatik	53
4.1.5	Level Utilitarian	53
4.2	Minat Masyarakat Indonesia Untuk Mempelajari Bahasa Korea.....	54
4.2.1	Level Empatik	54
4.2.2	Level Simpatik	55
4.2.3	Level Geopolitik.....	55
4.2.4	Level Sirkuit Diplomatik	55
4.2.5	Level Utilitarian	56
4.3	Minat Masyarakat Indonesia untuk Mempelajari Bahasa Prancis dan Korea di Luar Lima Level Bahasa dalam <i>Soft power</i>	57
BAB V.....		59

KESIMPULAN	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah institusi dari Prancis dan Korea Selatan berbasis budaya yang ada di Indonesia 7

Tabel 4. 1 Perbandingan diplomasi budaya melalui bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia berdasarkan lima level bahasa dalam soft power..... 56

DAFTAR SINGKATAN

AF	<i>Alliances Françaises</i>
CCF	Centre Culturel Français
OPALE	<i>Francophone Language Policy and Planning Organizations</i>
IFI	<i>Institut Français Indonesia</i>
KSI	King Sejong Institute
KOCCA	<i>Korea Creative Content Agency</i>
KITA	<i>Korea International Trade Association</i>
KOTRA	<i>Korea Trade-Investment Promotion Agency</i>
KCCI	Korean Cultural Center Indonesia
KTO	<i>Korean Tourist Organization</i>
MA	Madrasah Aliyah
NGO	<i>Non-Governmental Organisation</i>
OIF	<i>Organisation Internationale de la Francophonie</i>
PBB	Persatuan Bangsa-Bangsa
KPIPA	<i>Publication Industry Promotion Agency of Korea</i>
SMA	Sekolah Menengah Atas
SMK	Sekolah Menengah Kejuruan
SBMPTN	Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri

OECD	<i>The Organization for Economic Cooperation and Development</i>
UNTCOK	<i>United Nations Temporary Commission on Korea</i>
UGM	Universitas Gadjah Mada
UI	Universitas Indonesia
VOD	<i>videos on demand</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak tahun 1951, Prancis dan Indonesia memulai hubungan diplomatik mereka.¹ Sejak adanya hubungan ini, Indonesia memiliki kedutaan di Paris, sedangkan Prancis memiliki kedutaan di Jakarta. Sejak adanya hubungan bilateral ini, Indonesia dan Prancis telah melakukan berbagai kerja sama dalam bentuk bilateral maupun di dalam kawasan Eropa dan Asia Tenggara. Prancis yang tergabung dan merupakan anggota penting dari Uni Eropa dalam hal ini mulai menyebarkan citra mereka dengan cara menyebarkan budaya mereka. Salah satu negara yang menjadi sasaran ini adalah Indonesia.

Pada tahun 2011, Indonesia dan Prancis memulai Kemitraan Strategis yang dalam bidang perdagangan dan investasi, pendidikan, industri pertahanan, sosial budaya atau *people-to-people contacts*, serta penanganan dampak perubahan iklim.² Kerja sama ini berjalan lancar dan pada tahun 2017, Presiden Prancis Francois Hollande mengunjungi Indonesia untuk bertemu dengan Presiden Indonesia Joko Widodo untuk memperkuat hubungan bilateral antar dua negara.³ Dalam pertemuan ini

¹ “Hubungan Bilateral Prancis - Indonesia,” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, diakses pada 15 Maret 2023, https://kemlu.go.id/paris/id/pages/prancis-indonesia_/624/etc-menu#:~:text=Kedua%20pemimpin%20sepakat%20terus%20menguatkan.

² *Ibid.*

³ Office of Assistant to Deputy Cabinet Secretary for State Documents & Translation, “France Is Indonesia’s Strategic Partner in Economic Sector, President Jokowi Says,” Sekretariat Kabinet Republik

kedua negara sepakat untuk meningkatkan kerja sama dalam ekonomi kreatif, pendidikan, maritim, pembangunan kota berkelanjutan, dan pertahanan.⁴

Kemitraan Strategis pada tahun 2011 yang dilakukan Indonesia dan Prancis menghasilkan *Institut Français Indonesia* (IFI). IFI merupakan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang kebudayaan Prancis.⁵ Resmi didirikan pada tahun 2011, IFI bertugas mempromosikan segala hal yang berhubungan budaya dan bahasa Prancis dan berada di bawah Kementerian Luar Negeri Prancis. Sebelum berubah nama menjadi IFI, institusi ini bernama *Centre Culturel Français* (CCF). IFI merupakan gabungan dari Bagian Kerja Sama dan Kebudayaan (SCAC) Kedutaan Besar Prancis dan pusat-pusat kebudayaan Prancis (CCF) di Indonesia yang juga bergerak dalam bidang budaya yang akhirnya pada tahun 2011 bersatu menjadi IFI.⁶

Walaupun sudah memiliki institusi budaya dan bahasa resmi di Indonesia, budaya Prancis tidak masuk ke Indonesia secara langsung. Budaya dan bahasa Prancis masuk ke Indonesia saat Belanda berada di bawah penjajahan Prancis.⁷ Saat Belanda berada di bawah pemerintahan Prancis, Louis Napoleon yang pada tahun 1808 menguasai Belanda mengirim Marsekal Herman Willem Daendels ke Batavia yang

Indonesia, 29 Maret 2017, diakses pada 15 Maret 2023 <https://setkab.go.id/en/france-is-indonesias-strategic-partner-in-economic-sector-president-jokowi-says/>.

⁴ *Ibid.*

⁵ “Institut Français Indonesia”, Institut Français Indonesia, diakses pada 28 September 2022, <https://www.ifi-id.com/if-indonesia#/>.

⁶ *Ibid.*

⁷ Nibras Nada Nailufar, “Indonesia Di Bawah Penjajahan Perancis Halaman All,” KOMPAS.com, 11 Februari 2020, diakses pada 15 Maret 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/11/080000269/indonesia-di-bawah-penjajahan-perancis?page=all>.

sekarang merupakan Jakarta. Daendels memimpin Hindia Belanda sebagai Gubernur Jenderal sampai tahun 1811. Cara kepemimpinan yang semena-mena dari Daendels membuat rakyat tidak dapat menerima kebudayaan Eropa terutama raja-raja di Jawa.

Walaupun masuk ke Indonesia dari penjajahan, faktanya sampai sekarang Prancis masih menjadi salah satu negara paling populer di kawasan Eropa. Dengan berbagai kebudayaannya, Prancis menjadi negara dengan pengunjung terbanyak di kawasan Eropa bahkan di dunia. Dengan adanya ini, mudah bagi Prancis untuk menjadi salah satu negara dengan ekonomi terkuat dengan mengandalkan bidang turisme mereka. Pada tahun 2019, sekitar 90 juta turis mengunjungi Prancis untuk menikmati kebudayaannya⁸. Menjadi salah satu negara dengan turisme terbaik di dunia, turisme Prancis menyumbang 8 persen GDP negara.⁹

Prancis memulai hubungan diplomatik berbasis budaya mereka setelah berakhirnya perang Franco-Prussian pada tahun 1871. Setelah kalah dari Jerman, Prancis merubah kebijakan luar negeri mereka yang sebelumnya mengandalkan perang menjadi mengandalkan kebudayaan. Pada tahun 1883, Prancis mendirikan institusi berbasis budaya pertama dalam sejarah¹⁰. Institusi ini dinamakan “Alliance Française” yang bertugas menyebar serta mempopulerkan bahasa serta literatur Prancis ke luar

⁸ “Destination France: The recovery and transformation plan for tourism”, *France Diplomacy*, diakses pada 28 September 2022, <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/>.

“Destination France: The Recovery and Transformation Plan for Tourism,” *France Diplomacy - Ministry for Europe and Foreign Affairs*, 2021, <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/>.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Emil Gochaevich Adleiba dan Vasil Timerjanovich Sakaev, “Cultural Diplomacy of France: Essence, Main Directions and Tools,” *Journal of Educational and Social Research* 9, no. 4 (Oktober 1, 2019): 199–204, <https://doi.org/10.2478/jesr-2019-0071>.

negeri.¹¹ Karena dibangunnya institusi ini, Prancis berhasil menyatukan negara-negara pengguna bahasa Prancis dalam sebuah organisasi pada tahun 1970 yaitu Francophonie.¹² Jumlah institusi dari Prancis yang berbasis budaya yang ada di Indonesia

Akibat adanya institusi berbasis budaya pertama ini, bukan hanya menjadi salah satu negara dengan turis terbanyak, bahasa nasional mereka yaitu bahasa Prancis juga menjadi salah satu bahasa dengan pengguna serta peminat terbanyak di dunia. Sekitar 97,1 juta orang merupakan pengguna asli bahasa Prancis¹³. Bukan hanya di Prancis, namun bahasa Prancis juga digunakan di berbagai negara lain seperti Belgia, Switzerland, Luxembourg, dan Monaco.¹⁴ Secara keseluruhan, lebih dari 300 juta orang di dunia berbicara bahasa Prancis.¹⁵ Menjadi bahasa yang umum, bahasa Prancis lazim digunakan dalam perdagangan dan akhirnya menjadi bahasa yang dikaitkan dengan orang yang berpendidikan.

1.2 Identifikasi Masalah

Selain Prancis, negara lain seperti Korea Selatan juga memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia. Berbeda dengan Prancis, Korea Selatan baru menjalin

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

¹³ “French speaking countries”, *Worlddata.info*, diakses pada 28 September 2022, <https://www.worlddata.info/languages/french.php>.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*

hubungan diplomasi dengan Indonesia secara resmi pada tahun 1973.¹⁶ Pada tahun 2018, turisme di merupakan salah satu penggerak ekonomi utama di Korea Selatan. Bidang turisme menyumbang 4,7 persen GDP negara dan dalam kegiatannya mendukung kurang lebih 1,4 juta pekerjaan yang merupakan 5,3 persen dari total lapangan pekerjaan di Korea Selatan.¹⁷ Mayoritas turis berasal dari wilayah Asia yaitu Jepang dan Tiongkok yang tergabung dalam 50,4 persen pengunjung internasional.¹⁸

Sejak terjadinya *Hallyu Wave* atau Gelombang Korea yang dimulai sejak tahun 1990-an, pengguna bahasa Korea di dunia mencapai lebih dari 80 juta orang yang 79,2 juta diantaranya menggunakannya sebagai bahasa ibu mereka.¹⁹ 80 juta orang ini mayoritas tersebar di Korea Selatan dan Korea Utara yang menggunakan bahasa korea sebagai bahasa resmi negaranya dan negara lain seperti Amerika Serikat dan Jepang walaupun tidak menjadi bahasa remi.

Masuk pertama kali ke Indonesia melalui serial drama berjudul *Mother's Sea* pada tahun 2002²⁰, budaya serta bahasa Korea mengalami peningkatan yang sangat pesat di Indonesia. Setelah serial drama, penyebaran budaya dan bahasa Korea

¹⁶ “Profil Negara dan Hubungan Bilateral”, Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, diakses pada 2 Maret 2023, https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu#:~:text=Tahun%202022%20hubungan%20diplomatik%20Republik,telah%20dimulai%20pada%20Agustus%201966.

¹⁷ “Korea | OECD Tourism Trends and Policies 2020 | OECD iLibrary”, www.oecd-ilibrary.org, 2020, diakses pada 4 November 2022, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6e8b663c-en/index.html?itemId=/content/component/6e8b663c-en>.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ “Korean speaking countries”, *Worlddata.info*, diakses pada 4 November 2022, <https://www.worlddata.info/languages/korean.php>.

²⁰ Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, “K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia,” *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 68–80, https://www.academia.edu/50839817/K_Drama_dan_Penyebaran_Korean_Wave_di_Indonesia.

dilakukan melalui musik atau yang biasa dikenal sebagai *K-pop* pada tahun 2011.²¹ Budaya *K-pop* mulai dari tarian serta pakaian banyak diadaptasi oleh generasi muda pada saat itu. Budayanya yang energik serta dibawakan oleh grup-grup musik membuat budaya Korea sangat digemari.

Hal ini membuat budaya serta bahasa Korea lebih diminati oleh masyarakat Indonesia dibandingkan bahasa Prancis. Hal ini dibuktikan dengan tidak banyaknya minat mempelajari bahasa Prancis di Indonesia. Adapun lima bahasa yang memiliki peminat terbesar di Indonesia adalah bahasa Inggris yang merupakan bahasa dengan pengguna terbanyak di dunia, Jepang, Korea, Arab, dan Mandarin. Penting bagi Prancis untuk terlebih dahulu menyebarkan bahasa Prancis jika negara tersebut ingin menyebarkan budayanya. Jika seseorang ingin mempelajari budaya Prancis, budaya Prancis seperti makanan dan seni akan lebih mudah dipelajari jika terlebih dahulu mempelajari bahasa Prancis.

²¹ *Ibid.*

Tabel 1. 1 Jumlah institusi dari Prancis dan Korea Selatan berbasis budaya yang ada di Indonesia

Prancis		Korea Selatan	
Institusi Budaya	Jumlah	Institusi Budaya	Jumlah
<i>Institut Français Indonesia (IFI)</i>	6 (Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Medan, dan Bali)	<i>Korean Cultural Center Indonesia (KCCI)</i>	1 (Jakarta)
<i>Alliance Française (AF)</i>	3 (Medan, Semarang, dan Bali)	<i>King Sejong Institute (KSI)</i>	9 (Jakarta, Bandung 1, Bandung 2, Banda Aceh, BauBau, Ambon, Tangerang, Yogyakarta, dan Surabaya)
9		10	

Dari tabel 1. 1 dapat diketahui jika Prancis memiliki 9 institusi berbasis budaya yang masing-masing memberikan pendidikan bahasa Prancis. Sejak berdiri pada tahun 2011, IFI telah membangun 6 pusat kebudayaan Prancis di Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Medan, dan Bali dengan pusatnya yang berada di Jakarta. Selain IFI, Prancis juga membuka cabang AF di 3 kota besar di Indonesia yaitu Medan, Semarang, serta Bali.

Dibandingkan Prancis, Korea Selatan telah mendirikan 10 pusat kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. Indonesia memiliki 1 pusat kebudayaan Korea Selatan yaitu *Korean Cultural Center Indonesia* (KSIC) yang terletak di Jakarta. Dalam menjalankan diplomasi bahasanya, KSIC bekerja sama dengan *King Sejong Institute* (KSI). KSI berada di bawah naungan KSIC dan juga merupakan institusi yang menjalankan kursus bahasa Korea di KSIC. KSI memiliki 9 cabang di Indonesia seperti Jakarta, 2 cabang di Bandung, Banda Aceh, BauBau, Ambon, Tangerang, Yogyakarta, Surabaya.

Di Indonesia, peminat pendidikan sastra Prancis di universitas-universitas Indonesia termasuk rendah. Pada tahun 2022, Prancis menjadi salah satu prodi sastra dengan peminat rendah.²² Di Universitas Brawijaya peminat prodi ini hanya mencapai angka 103 pada pendaftaran SNMPTN dan 168 peminat pada jalur Seleksi Bersama

²² Ajeng Wirachmi, “4 Jurusan Sastra yang Sepi Peminat, Bisa Jadi Referensi Masuk PTN”, SINDOnews.com, 5 Mei 2022, diakses pada 3 Maret 2023, <https://edukasi.sindonews.com/read/761473/211/4-jurusan-sastra-yang-sepi-peminat-bisa-jadi-referensi-masuk-ptn-1651709118?showpage=all>.

Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).²³ Tidak hanya di Universitas Brawijaya, sastra Prancis juga kurang diminati di perguruan tinggi negeri terkenal lainnya seperti Universitas Indonesia (UI) yang peminat SBMPTN tahun 2021 yang hanya mencapai angka 200 dan Universitas Gadjah Mada (UGM) yang jumlah peminat SBMPTN-nya hanya 148.²⁴

Berbeda dengan pendidikan bahasa Prancis, walaupun baru-baru ini menjadi populer, pendidikan bahasa Korea sangat diminati oleh warga Indonesia. Pada SBMPTN tahun 2020, peminat prodi Bahasa dan Kebudayaan Korea mencapai angka 872 di Universitas Indonesia dan 807 di Universitas Gadjah Mada.²⁵ Angka ini sangat berbanding terbalik dengan prodi Sastra Prancis yang menjadi prodi dengan minim peminat sedangkan prodi bahasa Korea yang merupakan salah satu prodi sastra dengan peminat tertinggi di Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa budaya serta bahasa Korea lebih diminati di Indonesia. Maka dari itu, menarik untuk melihat bagaimana diplomasi budaya, khususnya bahasa, yang dilakukan Korea Selatan berhasil melampaui yang dilakukan Prancis di Indonesia.

²³ *Ibid.*

²⁴ Mahar Prastiwi, "24 Jurusan Sepi Peminat di UI, UGM, Unair, Referensi Daftar SNBT 2023", KOMPAS.com, 23 November 2022, diakses pada 3 Maret 2023, <https://www.kompas.com/edu/read/2022/11/23/075900171/24-jurusan-sepi-peminat-di-ui-ugm-unair-referensi-daftar-snbt-2023?page=all>.

²⁵ Septi Kurnia, "Jurusan Sastra dengan Peminat Tertinggi di Indonesia, Korea Termasuk!", SINDOnews.com, 12 Juni 2021, diakses pada 3 Maret 2023, <https://gensindo.sindonews.com/read/453500/700/jurusan-sastra-dengan-peminat-tertinggi-di-indonesia-korea-termasuk-1623470816>.

1.2.1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, fokus penelitian adalah membandingkan upaya diplomasi budaya melalui bahasa oleh Prancis dan Korea Selatan terhadap Indonesia. Aktor yang akan diteliti adalah pemerintah Prancis dan Korea Selatan khususnya institusi pendidikan yaitu *Korean Cultural Center Indonesia* (KCCI) dari Korea Selatan dan Institut Prancis di Indonesia dari Prancis. Penelitian akan meninjau berbagai program yang dilakukan institusi tersebut dalam menyebarkan bahasanya di Indonesia. Pembatasan masalah akan diambil pada tahun 2021 sampai 2023 saat pengenalan bahasa Korea dan Prancis di Indonesia.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana diplomasi melalui bahasa oleh Korea Selatan terhadap Indonesia dapat dinilai lebih berhasil dibandingkan Prancis?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan menganalisis keberhasilan diplomasi bahasa Korea Selatan di Indonesia.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian berguna sebagai referensi bagi pembaca serta lembaga-lembaga budaya Prancis dan Korea Selatan dalam meningkatkan diplomasi budaya melalui bahasa mereka.

1.4 Kajian Pustaka

Untuk mengkaji penelitian ini, bab ini akan membahas kajian pustaka sebagai landasan penelitian. Selain menjadi landasan penelitian, kajian pustaka ini juga digunakan untuk memperjelas penelitian.

Artikel pertama merupakan *Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City* oleh Eduardo Luciano dan Tadeo Hernández. Artikel ini membahas bagaimana diplomasi publik merupakan salah satu pilar dari kebijakan luar negeri Korea Selatan dan betapa pentingnya bahasa Korea sebagai alat mempromosikan budaya Korea Selatan. Dalam artikel ini, penulis mengambil contoh Mexico sebagai tujuan dari diplomasi publik Korea Selatan. Korea Selatan memanfaatkan *soft power* untuk mempromosikan budayanya dalam tiga bentuk yaitu empati, geopolitikal, dan manfaat.²⁶ Artikel ini sangat relevan untuk penelitian ini karena memiliki isu yang sama. Dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji bagaimana bahasa Prancis merupakan alat *soft power* Prancis terhadap Indonesia.

Dalam artikel berjudul *Information Networks and Social Media Use in Public Diplomacy: A Comparative Analysis of South Korea and Japan* yang ditulis oleh Se Jung Park dan Yon Soo Lin, penulis menganalisis perbedaan antara diplomasi publik berbasis diplomasi digital yang dilakukan oleh Korea Selatan dan Jepang. Dalam analisis perbandingannya, penulis menganalisis upaya diplomasi kedua negara melalui analisis internet dan media sosial. Berdasarkan analisis, diplomasi publik yang

²⁶ Eduardo Luciano Tadeo Hernandez, "Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City" *Journal of Contemporary Eastern Asia* 17 (1): 27–49, <https://doi.org/10.17477/jcea.2018.17.1.027>.

dilakukan Korea Selatan mayoritas lebih sukses dibandingkan Jepang. Hal ini dikarenakan Korea Selatan lebih sukses menarik perhatian masyarakat luar negeri melalui sosial media. Namun di sisi lain, metode Jepang yang lebih menggunakan sistem informasi yang lebih efisien lebih berhasil menghasilkan sebuah infrastruktur berbasis informasi yang lebih bermanfaat.²⁷

Artikel berikutnya berjudul *Multi-Stakeholder in Public and Cultural Diplomacies as Seen Through The lens of Public-Private Partnership: A Comparative of Germany and South Korea*. Sama seperti artikel sebelumnya, artikel yang ditulis oleh Hwa Jung Kim sama-sama berbentuk analisis perbandingan namun antara Jerman dan Korea Selatan dengan konsep multi-stakeholder. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, aktor swasta dari Korea Selatan cenderung berpikir jika semakin banyaknya sumber dana, semakin mudah bagi aktor swasta maupun pemerintah untuk bekerja sama dan aktor-aktor ini berjalan karena adanya dorongan dari masyarakat.²⁸

Artikel berikutnya yang ditulis oleh Tonny Dian Effendi berjudul *K-pop and J-pop Influences to University Students in Malang, East Java - Indonesia : A Comparative Public Diplomacy Studies*. Sama halnya dengan dua artikel sebelumnya, penulis juga membandingkan dua negara yaitu Korea Selatan dan Jepang lebih spesifiknya budaya musik mereka yaitu *K-pop* dan *J-pop*. Berdasarkan penelitian,

²⁷ Se Jung Park and Yon Soo Lim, "Information Networks and Social Media Use in Public Diplomacy: A Comparative Analysis of South Korea and Japan," *Asian Journal of Communication* 24, no. 1 (January 2, 2014): 79–98, <https://doi.org/10.1080/01292986.2013.851724>.

²⁸ Hwa Jung Kim, "Multi-Stakeholder in Public and Cultural Diplomacies as Seen through the Lens of Public-Private Partnership: A Comparative of Germany and South Korea," *Journal of Contemporary Eastern Asia* 17, no. 1 (2018): 68–93, <https://doi.org/10.17477/jcea.2018.17.1.068>.

penulis membuat kesimpulan jika penggemar *K-pop* di Malang lebih banyak dibandingkan *J-pop*. Hal ini dikarenakan menurut para penggemar, budaya Korea Selatan lebih mudah untuk diadaptasi di kehidupan sehari-hari dibandingkan budaya Jepang. Namun di sisi lain, penggemar fanatik dari *J-pop* lebih banyak dibandingkan *K-pop*. Hal ini menunjukkan bahwa hal yang disukai oleh penggemar *J-pop* lebih spesifik dibandingkan *K-pop*. Hal ini dikarenakan mayoritas penggemar *J-pop* sudah menyukai budaya Jepang sejak kecil. Kesimpulannya kedua budaya sama-sama memiliki pengaruh yang besar terutama bagi remaja di Malang.²⁹

Artikel terakhir berjudul *Olympic Winter Games in Non-Western Cities: State, Sport and Cultural Diplomacy in Sochi 2014, PyeongChang 2018 and Beijing 2022* yang ditulis oleh Jung Woo Lee. Dalam artikel ini, penulis membandingkan tiga negara yang menyelenggarakan Olimpiade Musim Dingin yaitu Rusia dengan kota Sochi, Korea Selatan dengan kota PyeongChang, dan Tiongkok dengan kota Beijing. Pelaksanaan olimpiade ini merupakan salah satu bentuk dari meningkatkan *soft power* negara yang menyelenggarakannya. Namun bentuk diplomasi olahraga ini tidak sepenuhnya berhasil terutama bagi Rusia dan Tiongkok. Rusia menggelar olimpiade dengan megah dan lancar namun beberapa hari setelah olimpiade, Rusia melakukan agresi ke Semenanjung Krimea dan *soft power* yang telah dibentuk melalui olimpiade tidak lagi berhasil. Di Tiongkok, penyelenggaraan olimpiade bertepatan dengan

²⁹ Effendi, Tonny Dian . “*K-pop* and J-Pop Influences to University Students in Malang, East Java – Indonesia : A Comparative Public Diplomacy Studies.” *Andalas Journal of International Studies* 1, no. 2 (November 2012): 182–98.

meningkatnya tensi dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat. Tiongkok yang dianggap komunis menjadi salah satu faktor diplomasi olahraga ini kurang berhasil. Berbeda dengan Rusia dan Tiongkok, olimpiade yang dilakukan di PyeongChang sukses besar. Mengandalkan budayanya seperti musik dan tarian, olimpiade sukses dibuka dan ditutup. Dengan adanya olimpiade ini, tensi isu geopolitikal berkurang antara Korea Selatan dan Korea Utara. Selain itu, diplomasi ini juga membuka berbagai pertemanan dengan negara Asia lainnya.³⁰

Semua artikel yang ditulis merupakan perbandingan diplomasi publik antara Korea Selatan dengan negara-negara lain. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan para penulis, diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan cenderung lebih berhasil dibandingkan negara-negara pembandingnya. Dari kajian pustaka, dapat dilihat jika negara-negara yang dibandingkan merupakan negara yang memiliki karakteristik yang mirip dengan Korea Selatan dan aspek diplomasi budaya yang dibahas adalah bahasa namun bukan sebagai aspek diplomasi publik tapi sebagai media diplomasinya, diplomasi olahraga, budayanya secara keseluruhan serta multistakeholder. Dalam penelitian ini, penulis akan mengangkat bahasa sebagai aspek dari diplomasi publik dimana bahasalah yang akan disebarakan.

³⁰ Jung Woo Lee, "Olympic Winter Games in Non-Western Cities: State, Sport and Cultural Diplomacy in Sochi 2014, PyeongChang 2018 and Beijing 2022," *The International Journal of the History of Sport* 38, no. 13-14 (September 30, 2021): 1–22, <https://doi.org/10.1080/09523367.2021.1973441>.

1.5 Kerangka Pemikiran

Diplomasi merupakan aspek penting dalam hubungan internasional. Tujuan utama dari sebuah diplomasi adalah mencapai suatu kepentingan dari kebijakan luar negeri sebuah negara tanpa bentuk kekerasan.³¹ Diplomasi biasanya dilakukan oleh perwakilan negara yang tergabung dalam kementerian luar negeri suatu negara. Perwakilan negara inilah yang akan mempromosikan kebijakan luar negeri. Selain mempromosikan sebuah kebijakan, diplomasi juga digunakan untuk mengumpulkan informasi, memperjelas tujuan, dan secara keseluruhan menerangkan niat baik suatu negara terhadap negara yang dituju.³²

Lalu, dalam perkembangannya, muncul istilah diplomasi budaya. Menurut Enders, diplomasi budaya merupakan sebuah media untuk menjalankan tujuan politik seperti kebijakan luar negeri. Sama seperti yang dikatakan Enders, Hubinger juga berpendapat jika diplomasi budaya merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk mempromosikan dan membangun citra suatu negara dengan kegiatan berbasis kebudayaan untuk mencapai sebuah kebijakan luar negeri. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Kurucz yang mengatakan jika diplomasi budaya merupakan pertukaran budaya yang sesuai dengan sasaran kebijakan luar negeri.³³

³¹ G. R. Berridge, "Diplomacy Theory and Practice", *Palgrave Mcmillan*, New York (2010), hlm. 1-3.

³² *Ibid.*

³³ Erik Pajtinka, "Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations," ResearchGate, 15 Desember 2014, https://www.researchgate.net/publication/269763112_Cultural_Diplomacy_in_Theory_and_Practice_of_Contemporary_International_Relations.

Berbeda dengan beberapa pendapat yang sudah disebutkan sebelumnya, Milton Cummings memiliki pengertian yang berbeda. Jika sebelumnya disebutkan bahwa tujuan utama diplomasi budaya adalah untuk mencapai sebuah kebijakan luar negeri, Cummings berpendapat jika diplomasi budaya merupakan pertukaran ide, informasi, kesenian, dan aspek kebudayaan negara lainnya untuk menumbuhkan rasa saling mengerti.³⁴ Diplomasi budaya digunakan untuk mempengaruhi masyarakat negara tujuan diplomasi. Hal ini bukan berarti kegiatan pertukaran budaya ini adalah tujuan utama namun biasanya tujuan utama dari diplomasi publik tetap sejalan dengan kebijakan luar negeri tertentu.

Dalam menjalankannya, diplomasi budaya memiliki empat elemen yaitu yang pertama keterlibatan aktor dan pemerintah. Kegiatan diplomasi budaya biasanya berlangsung di bawah sebuah kebijakan luar negeri dari pemerintah, maka dari itu diplomasi publik biasanya melibatkan kementerian luar negeri baik itu secara langsung atau tidak langsung. Yang berikutnya yaitu tujuan dari diplomasi budaya yang secara garis besar adalah untuk mencapai rasa saling mengerti, melawan stereotip serta mencegah konflik. Selain itu, diplomasi budaya juga digunakan untuk meningkatkan perdagangan, politik, dan kepentingan ekonomi dalam hubungan bilateral serta dapat meningkatkan kepentingan negara tujuan diplomasi. Elemen berikutnya adalah aktivitas dari diplomasi budaya yang dapat dilakukan oleh siapa saja mulai dari artis sampai cendekiawan dengan cara yang juga beragam selama kegiatannya bertujuan

³⁴ M.C Cummings, *Cultural Diplomacy and the United States Government*, 2003.

menyebarkan budaya di bawah kepentingan pemerintah. Elemen terakhir merupakan sasaran dari diplomasi budaya. Selain sasarannya yaitu masyarakat negara tujuan diplomasi, negara yang menjalankan diplomasi budaya juga mendukung kegiatan kebudayaan negara tujuan diplomasi di negara mereka sendiri untuk meningkatkan kepentingan nasional.³⁵

Karena dapat dijalankan dengan berbagai cara, ada beberapa instrumen yang dapat dimanfaatkan untuk menjalankan diplomasi budaya. Yang pertama melalui seni seperti teater, film, tarian, musik, lukisan, seni pahat, sampai arsitektur. Yang berikutnya melalui pameran seperti pameran ilmu pengetahuan, teknologi, produk, budaya-budaya populer sampai kegiatan amal. Yang ketiga yaitu dari program pertukaran yang dapat dalam bidang pendidikan, ilmiah, kesenian, dan lain-lain. Instrumen berikutnya melalui program pendidikan seperti beasiswa untuk belajar di universitas tertentu. Yang berikutnya adalah literasi yang dapat berbentuk buku yang tidak harus berhubungan dengan menginformasikan sebuah kebijakan luar negeri. Instrumen berikutnya merupakan pendidikan bahasa yang dapat diakses melalui film, siaran radio, serta berbagai media lainnya. Berikutnya adalah dengan cara memberikan hadiah sebagai tanda hormat yang manfaatnya dapat dirasakan dalam waktu yang panjang. Instrumen berikutnya adalah promosi mulai dari promosi sebuah gagasan yang manfaatnya yaitu memberikan sebuah pengertian akan sebuah ideologi yang mungkin salah dimengerti di luar negeri sampai ke promosi kebijakan sosial negara

³⁵ Simon Mark, "A Greater Role for Cultural Diplomacy," April 2009, https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf.

pelaku diplomasi budaya. Yang berikutnya yaitu melalui menceritakan sejarah dari negara tertentu. Instrumen terakhir adalah dengan cara diplomasi keagamaan yang dilaksanakan dengan cara siaran, dialog antar agama yang membahas berbagai kebudayaan di dalamnya.³⁶

Dalam menjalankan diplomasi publik, bahasa merupakan aspek yang penting dalam proses diplomasi. Aktor-aktor terutama diplomat menggunakan bahasa untuk bernegosiasi, membujuk, mempresentasikan, dan berkomunikasi.³⁷ Namun dalam hal ini, bahasa juga dapat menjadi alat diplomasi publik. Mempelajari bahasa dari negara lain secara tidak langsung meningkatkan *soft power* negara. Maka dari itu, Cesar Villanueva menjelaskan adanya lima level dari bahasa dalam meningkatkan *soft power* yaitu level empatik, level simpatik, level geopolitik, level sirkuit diplomatik, dan level utilitarian.³⁸

Level pertama dari level bahasa dalam meningkatkan *soft power* adalah level empatik. Level ini mengatakan jika bahasa merupakan cara untuk mengetahui sebuah ideologi dari subjek yang diinginkan yaitu dalam penelitian ini yaitu negara. Dalam konsep ini, level empatik biasanya dikaitkan dengan ketertarikan seseorang terhadap

³⁶ John Lenczowski, *Full Spectrum Diplomacy and Grand Strategy : Reforming the Structure and Culture of U.S. Foreign Policy* (Lanham, Md: Lexington Books, 2011), <https://www.iwp.edu/wp-content/uploads/2019/05/Full-Spectrum-Diplomacy-and-Grand-Strategy-Reforming-the-Structure-and-Culture-of-U.S.-Foreign-Policy-by-John-Lenczowski.pdf>.

³⁷ “Language and Diplomacy,” Diplo, diakses pada 15 Maret 2023, <https://www.diplomacy.edu/topics/language-diplomacy/>.

³⁸ César Villanueva Rivas, “The Use of the Spanish Language as a Cultural Diplomacy Strategy for Extending Mexico’s Soft Power in the United States,” *Place Branding and Public Diplomacy* 11, no. 2 (November 12, 2014): 139–47, <https://doi.org/10.1057/pb.2014.33>.

budaya negara tertentu. Maka dari itu, dalam level ini ketertarikan atau penggunaan bahasa seseorang akan berbeda tergantung tujuan dari pemakai bahasa.

Level berikutnya adalah level simpatik dimana bahasa dinilai dari keindahannya seperti tradisi sastranya. Sama seperti level empatik, level simpatik biasanya juga dikaitkan dengan ketertarikan seseorang terhadap budaya tertentu. Level yang ketiga adalah level geopolitik dimana bahasa digunakan untuk mempengaruhi dan memberikan pengaruh ideologis dari sebuah identitas asing melalui industri yang berbasis budaya. Level ini juga menunjukkan jika bahasa sekaligus digunakan untuk mempromosikan industri budaya tertentu. Sama seperti dua level sebelumnya, level ini pun dilihat dari ketertarikan individu akan budaya maupun bahasa tertentu.

Level berikutnya adalah level sirkuit diplomatik. Berbeda dari tiga level sebelumnya, dua level terakhir ini tidak diukur berdasarkan ketertarikan individu akan budaya tertentu, namun termasuk dalam daya tarik ekonomi-politik. Level sirkuit diplomatik melihat bagaimana bahasa dapat mempengaruhi pengambilan keputusan yang biasanya dilakukan dalam forum multilateral. Dan level terakhir adalah level utilitarian. Dalam level ini bahasa digunakan untuk membantu transaksi ekonomi serta dalam kegiatannya sekaligus mempromosikan bisnis. Level ini juga erat kaitannya dengan mempelajari bahasa untuk pekerjaan

Karena melibatkan aktor non negara, diplomasi tidak berpusat pada pemerintah melainkan aktor-aktor seperti perusahaan swasta dan *Non-Governmental Organisation*

(NGO) dan hal ini dinamakan *multistakeholder diplomacy*.³⁹ Berbeda dengan diplomasi pada umumnya yang state-centred, *multistakeholder diplomacy* memberikan kebebasan kepada aktor untuk mengelola cara diplomasi mereka berdasarkan karakteristik mereka masing-masing dan memiliki peran yang juga signifikan dalam meningkatkan *soft power*. Dalam membuat kebijakan, para aktor cenderung bekerja sama untuk mencapai sebuah kebijakan bersama dan oleh karena itu proses mereka menjadi lebih inklusif karena melibatkan banyak pihak.⁴⁰ Dalam menjalankan diplomasi ini, walaupun berperan aktif dalam proses diplomasi, terlibatnya banyak aktor dengan berbagai peran dan tujuan mereka masing-masing membuat pengambilan keputusan bersama menjadi sulit.⁴¹ Maka dari itu penting bagi aktor-aktor yang terutama tergabung dalam diplomasi multilateral untuk menyelaraskan tujuan mereka untuk mencapai kesuksesan

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk studi kasus komparatif untuk menganalisis keberhasilan diplomasi budaya Korea Selatan dan Prancis menggunakan bahasa di Indonesia. Menurut Creswell, studi kasus komparatif

³⁹ Steve Slavik, *Multistakeholder Diplomacy : Challenges and Opportunities*. (Malta ; Geneva: Diplo, 2006), hlm. 13.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid*, hlm. 85.

merupakan metode penelitian dimana peneliti membandingkan dua subjek atau lebih berdasarkan variabel independen.⁴²

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah teknik pengumpulan data primer melalui wawancara terhadap direktur dan staf pengajar IFI. Penelitian juga menggunakan teknik pengumpulan data sekunder mengenai ketertarikan murid IFI untuk belajar bahasa Prancis di institusi pendidikan budaya Prancis IFI serta data survei yang sebelumnya sudah dilakukan oleh peneliti lain mengenai ketertarikan masyarakat Indonesia belajar bahasa Korea karena menonton drama Korea. Pengambilan data juga diperoleh dari *internet searching* dimana data diperoleh dengan bantuan mesin pencari. Data juga berasal dari studi pustaka dari jurnal-jurnal ilmiah.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembagian pembahasan penelitian akan dimulai dari Bab I dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teori, kajian pustaka, metode penelitian, dan teknik pengumpulan data. Berikutnya Bab II akan membahas diplomasi bahasa Prancis terhadap Indonesia. Bab III akan membahas diplomasi bahasa Korea Selatan terhadap Indonesia. Selanjutnya Bab IV akan berisi analisis mengenai

⁴² John W. Creswell and J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. (Thousand Oaks, California: SAGE Publications, 2018).

keberhasilan upaya diplomasi bahasa Korea Selatan di Indonesia. Kemudian Bab V akan berisi kesimpulan dari analisis.