



**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*

**Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan**  
**Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology***  
**pada tahun 2019-2023**

Skripsi

Oleh

Fransiska Angelia Ardelia

6092001151

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*

**Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan**  
**Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology***  
**pada tahun 2019-2023**

Skripsi

Oleh

Fransiska Angelia Ardelia  
6092001151

Pembimbing

Marshell Adiputra S.IP., M.A.

Bandung

2023

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



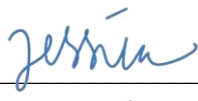
**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Fransiska Angelia Ardelia  
Nomor Pokok : 6092001151  
Judul : Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology* pada tahun 2019-2023  
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 11 Januari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**


**Ketua sidang merangkap anggota**

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

:   
\_\_\_\_\_

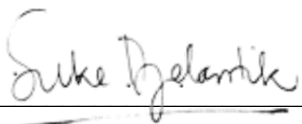
**Sekretaris**

Marshell Adi Putra, S.IP., MA.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Prof. Dra. Sukawarsini Djelantik,  
M.Int.S., Ph.D.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Nama : Fransiska Angelia Ardelia  
 NPM : 6092001151  
 Dosen Pembimbing : Marshall Adiputra S.IP., M.A.  
 Judul Penelitian : **Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology* pada tahun 2019-2023**

No.	Poin Perbaikan Skripsi	Setelah Perbaikan
1.	<b>Perbaikan Umum</b>	
	<b>Format Referensi</b>	Sudah diperbaiki, jenis dan ukuran font sudah disamakan
	<b>Perbaikan Abstrak</b>	Sudah diperbaiki dengan menambahkan anomali dan penjelasan kesimpulan
2.	<b>Perbaikan Bab 1</b>	
	<b>Pembatasan Masalah</b>	Sudah diperbaiki dengan menambahkan batasan tanggal dan tahun spesifik pada pembatasan masalah, penjelasan mengenai program <i>New Culture Technology</i> dan anomali yang terjadi (adanya campur tangan aktor non-pemerintah dalam diplomasi)
	<b>Kerangka Pemikiran</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Format Gambar 1.1 sudah diperbaiki,</li> <li>● Peran dari aktor non-negara dijelaskan melalui pelaksanaan diplomasi publik menurut McClellan</li> <li>● Dalam lima komponen penting diplomasi publik menurut Nicholas J. Cull, diplomasi kebudayaan menjadi fokus dari penelitian sehingga pembahasan mengenai komponen lain sudah dihapuskan, dan</li> <li>● Untuk mendukung peran aktor non-negara dalam diplomasi publik sudah ditambahkan melalui teori diplomasi</li> </ul>

		multijalur
	<b>Metode Penelitian</b>	Sudah diperbaiki, metode yang digunakan adalah kualitatif berjenis studi kasus
<b>3.</b>	<b>Perbaiki Bab 2</b>	
	<b>Judul Bab</b>	Sudah diperbaiki menjadi 'Penggunaan <i>Korean Wave</i> Sebagai Alat Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan'
	<b>Paragraf Pembuka pada Sub-bab 2.1.1.</b>	Sudah ditambahkan
	<b>Perbaiki Bahasa pada Sub-bab 2.1.1.</b>	Sudah diperbaiki
<b>4.</b>	<b>Perbaiki Bab 3</b>	
	<b>Kalimat Pembuka pada Bab 3</b>	Sudah ditambahkan
	<b>Perbaiki Judul Sub-bab 3.2.1 - 3.2.5</b>	Sudah diperbaiki
<b>5.</b>	<b>Perbaiki Bab IV</b>	
	<b>Kesimpulan</b>	Sudah ditambahkan kesimpulan bahwa aktor non-negara dapat melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan yang dibuktikan dengan peran SM Entertainment selaku aktor non-negara dalam melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fransiska Angelia Ardelia  
NPM : 6092001151  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul : **Peran SM Entertainment dalam Diplomasi  
Kebudayaan Korea Selatan melalui Strategi *New  
Culture Technology* pada tahun 2019-2023**

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 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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Desember 2023



Handwritten signature of Fransiska Angelia Ardelia.

Fransiska Angelia Ardelia

## ABSTRAK

Nama : Fransiska Angelia Ardelia

NPM : 6092001151

Judul : **Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology* pada tahun 2019-2023**

---

Diplomasi mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu, termasuk juga aktor yang berperan di dalamnya. Dalam diplomasi modern, aktor non-negara diberikan ruang untuk turut serta berperan dalam kegiatan diplomasi negaranya melalui berbagai sektor dan alat diplomasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian “**Bagaimana peran SM Entertainment melalui strategi *New Culture Technology* dalam diplomasi kebudayaan Korea Selatan ke Indonesia pada tahun 2019-September 2023?**”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti menggunakan konsep kebudayaan yang dijelaskan oleh Nicholas J. Cull sebagai bagian dari diplomasi publik. Dalam melihat peran SM Entertainment dalam diplomasi kebudayaan Korea Selatan digunakan tata cara pelaksanaan diplomasi publik menurut McClellan dan instrumen diplomasi kebudayaan oleh Lenczowski. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif berjenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, ataupun *website* baik dari peneliti pendahulu maupun sumber-sumber resmi dari organisasi atau pemerintah terkait. Penelitian ini menemukan bahwa aktor non-negara dapat memiliki andil dalam kegiatan diplomasi publik sebuah negara. Hal ini diwujudkan dengan kegiatan SM Entertainment dalam diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia yaitu sebagai *cultural ambassador* yang membantu pemerintah Korea Selatan yang berperan untuk memenuhi agenda diplomasi kebudayaannya.

**Kata kunci** : Diplomasi Kebudayaan, *Korean Wave*, SM Entertainment, New Culture Technology

## **ABSTRACT**

*Name* : Fransiska Angelia Ardelia  
*Student Number* : 6092001151  
*Title* : ***The Role of SM Entertainment on South Korea's Cultural Diplomacy through New Culture Technology Strategy in 2019-2023***

---

*Diplomacy has undergone development over time, including the actors involved in it. In modern diplomacy, non-state actors are given the opportunity to participate in their country's diplomatic activities through various sectors and diplomatic tools. This research aims to answer the research question "How does SM Entertainment contribute to South Korea's cultural diplomacy in Indonesia through the New Culture Technology strategy from 2019 to September 2023?". To address this question, the researcher uses the concept of culture explained by Nicholas J. Cull as part of public diplomacy. In examining the role of SM Entertainment in South Korea's cultural diplomacy, the implementation of public diplomacy procedures according to McClellan and cultural diplomacy instruments by Lenczowski are employed. In this study, the research method used is a qualitative case study. Data collection techniques involve secondary data obtained from journals, books, and websites, both from previous researchers and official sources from relevant organizations or governments. This research finds that non-state actors can play a role in a country's public diplomacy activities. This is manifested through SM Entertainment's cultural diplomacy activities in Indonesia, acting as a cultural ambassador that assists the South Korean government in fulfilling its cultural diplomacy agenda.*

***Key words*** : Cultural Diplomacy, Korean Wave, SM Entertainment, New Culture Technology



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-nya atas rampungnya pengerjaan skripsi ini dan atas seluruh pembelajaran yang saya dapatkan di Jurusan Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian berjudul “**Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan melalui Strategi *New Culture Technology* pada tahun 2019-2023,**” berfokus pada peran dari agensi hiburan Korea Selatan dalam mendukung agenda diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca akan kegiatan salah satu agensi hiburan Korea Selatan dalam melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan ke Indonesia. Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam proses maupun hasil dari penelitian itu, maka dari itu penelitian lebih lanjut, kritik, dan saran masih dibutuhkan untuk dapat melengkapi hal-hal yang belum terjawab dari penelitian ini.

Bandung, Desember 2023

Fransiska Angelia Ardelia

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

**Tuhan Yang Maha Esa**, terima kasih atas berkat, pendampingan, dan kekuatan yang diberikan sampai saat ini.

**Papi dan Mami**, terima kasih atas pendampingan dan dukungan yang diberikan dalam berbagai rupa dan bentuk. Segala celotehan semasa naik turunnya masa perkuliahan yang tetap kalian dengarkan meskipun melelahkan dan seringkali asbun. Sayang besar!

**Yvonne dan Marchel**, terima kasih sudah menemani, menghibur, dan membantu di kala gundah gulana semasa penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah menemani penulis khususnya ketika membutuhkan pencerahan di luar rumah tanpa *budget*, terima kasih atas segala sponsornya! Jaya jaya jaya!

**Mas Marshall Adi Putra**, selaku dosen pembimbing sekaligus dosen wali, terima kasih atas waktu, ilmu, dan arahan yang diberikan hingga rampungnya skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran yang melimpah ruah dalam menghadapi penulis baik ketika menyelesaikan skripsi ini maupun semasa perkuliahan.

**Audrya Zahra dan Dimas Fachrurrazy**, selaku teman-teman suportif selama pengerjaan skripsi ini. Susah, senang, pusing bersama demi mendapatkan gelar ini. Terima kasih atas hiburan yang selalu aneh serta jemputan yang selalu *on time* dan selalu tepat tujuan semasa pusing mengerjakan segala tugas perkuliahan sampai saat ini. Tidak terbayang kehidupan perkuliahan tanpa keanehan dari kalian, *love you tons!*

**Aureishia, Aurel, Fiorela, dan Kathaya**, selaku teman-teman yang bersusah payah bersama ditengah gempuran dunia perkuliahan dan himpunan. Senantiasa menghibur dan menertawakan diri sendiri demi rampungnya kegiatan ini, kalian keren luar biasa!

**Ohayou, LoCo, dan kafe-kafe lainnya**, yang sudah memaksa penulis untuk bangun dan menyelesaikan skripsinya dikarenakan penulis takut bila tidur di publik dan dikarenakan *ice coffee extra shot* kalian yang sangat lezat, jasa kalian selalu dikenang.

**Vincent dan Jihaan**, yang kerap kali membantu penulis dalam perkuliahan di masa-masa genting ini. Vincent, terima kasih untuk segala update terkait penulisan skripsi yang

kemungkinan besar tidak penulis ketahui kalau tidak diberi tahu dan Jihaan, terima kasih atas update setiap Selasa akan perkuliahan yang sedang ditempuh.

**Francess dan Sharren**, orang sibuk yang sulit sekali untuk diketemui, kalian tetap terbaik! Terima kasih teramat sangat telah mendengarkan keluh kesah dan menghibur penulis di tengah kesibukkan masing-masing. *Miss you two a lot!*

**Sachiko dan Sharon**, selaku teman yang senantiasa *absurd* sejak bangku SMA. Atas segala *impromptu trip* selama masa perkuliahan yang sangat menghibur. Juga atas hiburan celotehan abstrak yang sering keluar dikala hidup sedang pusing pusingnya, meskipun hasilnya semakin dibuat pusing oleh kalian, kalian terbaik!

**R4J4 BR4WL**, Abo, Chiko, Sharon, Randy, Ryu, dan Rio, terima kasih atas bantuan *push rank*-nya! Senantiasa menemani penulis bermain Mobile Legend baik secara langsung maupun tidak diluar batas manusia normal dikala pusing mengerjakan skripsi, *Road to Mythic!*

**Para pejuang tiket konser**, grup yang isi dan nama orangnya berubah-ubah menyesuaikan *event* yang ada, terima kasih sudah membantu penulis untuk tetap semangat melanjutkan skripsinya dengan *reward* tiket konser yang sulit didapatkan. Sampai ketemu di The Unity!

**Paguyuban Neo Culture Technology**, yang tidak tahu eksistensi penulis di dunia ini, menjadi inspirasi pengambilan judul skripsi ini dan menghibur sepanjang perjalanan menulis skripsi ini. Meskipun kalian menguras banyak pundi-pundi penulis, skripsi ini juga dapat rampung dikarenakan kehadiran kalian! Terima kasih, sehat selalu.

**Warta Himahi**, terkhusus divisi *graphic design* yang selama masa perkuliahan menjadi tempat penulis belajar, bertumbuh, dan berkembang. Untuk Kak Althaf dan Kak Arva yang senantiasa memberi dukungan dan bimbingan untuk penulis yang pada awalnya tidak terlalu menguasai dunia desain grafis, terima kasih! Sevinka, terima kasih sudah menjadi wakil yang sangat amat fantastis! Kezzu, Joce, Rahel, dan Kezreg, terima kasih sudah mau membantu divisi ini agar berjalan dengan luar biasa baik, kalian luar biasa! Ody, yang menemani semasa menjalani Warta Himahi periode 2022, kamu terbaik! Tidak lupa, teman-teman Ring 1 Warta Himahi 2023, terima kasih sudah panjang sabar dan penuh hiburan. *Couldn't have asked for a better team!*

**Keluarga Besar HI UNPAR**, terima kasih sudah tumbuh dan berkembang bersama-sama. Sukses selalu teman-teman HI UNPAR khususnya untuk angkatan 2020! *See you on top!*

***Last but not least, teruntuk diri sendiri***, meskipun kamu banyak sekali ragam dan rupa jenis mengeluhnya, *look how far we've made!* Semoga kedepannya selalu seru!

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR AKRONIM</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.1 Deskripsi Masalah.....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	10
1.2.3 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>1.4 Kajian Literatur</b> .....	12
<b>1.5 Kerangka Pemikiran</b> .....	15
<b>1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data</b> .....	26
1.6.1. Metode Penelitian .....	26
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	27
<b>1.7. Sistematika Pembahasan</b> .....	27
<b>BAB II PENGGUNAAN <i>KOREAN WAVE</i> SEBAGAI ALAT DIPLOMASI</b>	
<b>KEBUDAYAAN KOREA SELATAN</b> .....	29
<b>2.1 Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan</b> .....	29
2.1.1 Perkembangan Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan.....	30
2.1.2 Tujuan Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan .....	45
<b>2.2 <i>Korean Wave</i></b> .....	47
2.2.1 Definisi <i>Korean Wave</i> .....	48
2.2.2 Perkembangan dan Persebaran <i>Korean Wave</i> .....	49
2.2.3 <i>Korean Wave</i> sebagai Alat Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan.....	52

2.3 SM Entertainment dan Strategi <i>New Culture Technology</i> .....	54
2.3.1 Profil SM Entertainment .....	54
2.3.2 Program Culture Technology oleh SM Entertainment.....	56
<b>BAB III PERAN SM ENTERTAINMENT DALAM MENDUKUNG DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREA SELATAN DI INDONESIA</b> .....	<b>59</b>
<b>3.1 Kegiatan SM Entertainment di Indonesia</b> .....	<b>59</b>
<b>3.2 Peran SM Entertainment dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia</b> .....	<b>73</b>
3.2.1 Peran SM Entertainment dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat .....	74
3.2.2 Peran SM Entertainment dalam Peningkatan Minat Masyarakat.....	75
3.2.3 Peran SM Entertainment dalam Penyediaan dan Penyebaran Informasi .....	76
3.2.4 Peran SM Entertainment dalam Advokasi .....	77
3.2.5 Peran SM Entertainment dalam Tindakan yang Mendukung Tujuan Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan .....	79
<b>BAB IV KESIMPULAN</b> .....	<b>81</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>83</b>

## DAFTAR AKRONIM

CAE	: Culture and Arts Exchange
GN	: Global Networking
IB	: International Broadcasting
IMF	: International Monetary Fund
ICT	: Information and Communications Technology
KCC	: Korean Culture Center
KF	: Korea Foundation
KOCCA	: Korea Cultural Contents Agency
KOCIS	: Korean Culture and Information Service
KOICA	: Korea International Cooperation Agency
KOIS	: Korean Overseas Information Service
KTO	: Korean Tourism Organization
MOFA	: Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Korea
NFPC	: National Film Production Centre
ODA	: Official Development Assistance
OPI	: Office of Public Information
PCNB	: Presidential Council on Nation Branding
SBS	: Seoul Broadcasting System
SKSO	: Support for Korean Studies Overseas
SM	: Support for Media

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Pelaksanaan diplomasi publik menurut McClellan.....	<b>18</b>
Gambar 1.2	: Multi-Track Diplomacy menurut Institute for Multi-Track Diplomacy.....	<b>25</b>
Gambar 3.1	: SuperM menggunakan Hanbok.....	<b>60</b>
Gambar 3.2	: <i>Flagship store</i> SM Entertainment, KWANGYA @ Jakarta.....	<b>63</b>
Gambar 3.3	: Konser SMTOWN Live 2023 di Jakarta.....	<b>65</b>
Gambar 3.4	: Kolaborasi Lemonilo dan NCT Dream.....	<b>69</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Proses terjalinnya hubungan dalam dunia internasional modern ini telah banyak berubah diakibatkan oleh perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang secara pesat dan konsisten. Era globalisasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh siapapun dan telah memberikan dampak yang signifikan bagi berbagai aspek di dunia,<sup>1</sup> tidak terkecuali cara berdiplomasi. Dengan kehadiran globalisasi, lintas batas negara secara tidak disadari semakin pudar yang dapat memberikan kemudahan bagi negara untuk mulai melakukan diplomasi.<sup>2</sup> Diplomasi menurut Headley Bull merupakan pengupayaan hubungan antar negara dan atau dengan entitas lain dalam tatanan politik dunia melalui kebijakan resmi secara damai.<sup>3</sup> Dalam pelaksanaannya, pengupayaan hubungan antar negara ini dapat diwujudkan melalui pendekatan *hard power* maupun *soft power*. Namun pada era globalisasi, negara-negara mulai menyadari bahwa kekuatan yang mereka miliki tidak semata-mata hanya didasari oleh *hard power* atau kemampuan militer mereka.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Syahfril Alam, "Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Diplomasi Modern Departemen Luar Negeri," isip.usni.ac.id, 2016, <https://isip.usni.ac.id/jurnal/9%20Syahfril%20Alam.pdf>.

<sup>2</sup> Efan Setiadi, "Pengaruh Globalisasi Dalam Hubungan Internasional," isip.usni.ac.id, 2015, <https://isip.usni.ac.id/jurnal/JURNAL-1%20EFAN%20FISIP-HI%20OK.pdf>.

<sup>3</sup> Elvin Abdurahmanli, "DEFINITION of DIPLOMACY and TYPES of DIPLOMACY USED between STATES," 2021, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2000617>.

<sup>4</sup> Sean Kay, "Globalization, Power, and Security," *Security Dialogue* 35, no. 1 (March 2004): 9–25, <https://doi.org/10.1177/0967010604042533>.

*Hard power* berfokus pada penggunaan invasi militer dan sanksi ekonomi demi tercapainya keinginan dari sebuah negara. Sedangkan *soft power* berfokus pada sebuah konsep persuasif yang dianggap menarik oleh pihak asing. Namun, kehadiran *soft power* dianggap tidak sepenuhnya sempurna dan dapat memberikan hasil yang serupa dengan penggunaan *hard power* dikarenakan pendekatan ini mengandalkan sepenuhnya pada pilihan dari pihak asing tanpa adanya sebuah paksaan. Maka dari itu, penggunaan *soft power* mulai dirasa penting untuk mendampingi penggunaan *hard power*.<sup>5</sup>

Pendekatan *hard power* dan *soft power* merupakan jenis instrumen yang dapat digunakan dalam sebuah kegiatan diplomasi. Penggunaan *hard power* seringkali digunakan dalam kegiatan diplomasi tradisional. Pada kegiatan diplomasi tradisional, sebuah kegiatan negosiasi harus dilangsungkan secara terus menerus dan sifatnya rahasia.<sup>6</sup> Dengan kemunculan globalisasi, kegiatan diplomasi tetap berlangsung dengan cara yang lebih relevan tanpa merubah sifat fundamentalnya. Pada mulanya, kegiatan diplomasi dimonopoli seutuhnya oleh kedaulatan negara. Seiring berjalannya waktu, mulai bermunculan aktor-aktor non-negara dalam pelaksanaan diplomasi dikarenakan globalisasi telah merubah sifat 'monopoli' dari kedaulatan sebuah negara seperti jurnalis, lembaga swadaya masyarakat, kelompok masyarakat sipil, dan lain sebagainya.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Gray, Colin S. *Hard Power and Soft Power: The Utility of Military Force as an Instrument of Policy in the 21st Century*. Strategic Studies Institute, 2011.

<sup>6</sup> Andrew Kourti, "The Long March to Peace: The Evolution from 'Old Diplomacy' to 'New Diplomacy,'" E-International Relations, October 9, 2020, <https://www.e-ir.info/2020/10/09/the-long-march-to-peace-the-evolution-from-old-diplomacy-to-new-diplomacy/>.

<sup>7</sup> Sophie Nanyonga, "How Globalization Has Changed Diplomacy," *SSRN Electronic Journal*, 2019, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3459656>.

Diplomasi publik didefinisikan oleh Susetyo sebagai upaya untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding, informing, and influencing foreign audiences*.<sup>8</sup> Menurut Nye, diplomasi publik adalah sebuah instrumen yang digunakan pemerintah untuk memobilisasi sumber-sumber daya tarik yang dimilikinya untuk berkomunikasi dan menarik publik di luar negaranya.<sup>9</sup> Dalam pelaksanaannya, diplomasi publik erat kaitannya untuk dibantu pelaksanaannya oleh aktor-aktor non negara.<sup>10</sup> Tanpa mendiskreditkan peran dari pemerintah. Nicholas J. Cull menyebutkan bahwa salah satu komponen dalam diplomasi publik adalah *cultural diplomacy* atau diplomasi kebudayaan dimana sebuah negara menggunakan sumber daya budaya dan prestasi yang mereka miliki untuk mengatur lingkungan internasionalnya. Salah satu sumber *soft power* yang dapat digunakan sebagai alat dalam diplomasi publik merupakan budaya.<sup>11</sup>

Dalam diplomasi publik, aktor non-negara memiliki peran yang cukup signifikan tanpa mendiskreditkan kepentingan dari negara tersebut dan keputusan dari pemangku kekuasaan negara. Aktor non-negara modern ini merupakan salah satu aktor yang dianggap memiliki peran penting dan relevan dalam memengaruhi pandangan publik terhadap suatu negara. Hal ini diakibatkan aktor non-negara

---

<sup>8</sup> PR, Benny Susetyo. "Peranan Diplomasi Publik," December 18, 2008.

<sup>9</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2004), 94-109.

<sup>10</sup> Nicholas J Cull, "Public Diplomacy: Seven Lessons for Its Future from Its Past," *Place Branding and Public Diplomacy* 6, no. 1 (February 2010): 11–17, <https://doi.org/10.1057/pb.2010.4>.

<sup>11</sup> Nicholas John Cull, *Public Diplomacy : Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 12.

berasal dari berbagai macam sektor yang berbeda sehingga dapat memikat audiens dengan fokus yang beragam.<sup>12</sup>

Korea Selatan melihat jenis diplomasi ini sebagai salah satu caranya dalam memengaruhi masyarakat luas. Salah satunya dengan penggunaan *Hallyu*. Pada awalnya, Korea Selatan bersamaan dengan banyak negara-negara lain di Asia mengalami krisis moneter pada tahun 1997-1998 yang menyebabkan Korea Selatan secara terpaksa meminjam uang sebesar 97 juta USD dari *International Monetary Fund* (IMF). Meskipun Korea Selatan hanya menggunakan 19.5 juta dan mengembalikan uang pinjaman ini dalam kurun waktu tiga tahun saja, Korea Selatan melihat bahwa upaya kebangkitan ekonomi ini bukanlah sebuah hal yang mudah. Maka dari itu, Korea Selatan mengupayakan segala cara untuk mengembalikan pinjaman uang tersebut secepat-cepatnya sekaligus mengupayakan kembali kebangkitan ekonomi Korea Selatan itu sendiri. Salah satu upaya yang diusahakan oleh Korea Selatan dalam mengembalikan serta meningkatkan kestabilan ekonominya adalah melalui kebudayaan yang mereka miliki atau melalui *Hallyu*.<sup>13</sup>

*Hallyu* atau Gelombang Korea merupakan sebuah fenomena budaya pop Korea yang marak di Asia Tenggara dan Tiongkok pada akhir tahun 1990-an. Dalam pemanfaatannya, gelombang *Hallyu* dibagi dalam 2 tahap: *Hallyu* 1.0 dan

---

<sup>12</sup> Muhittin Ataman, "The Impact of Non-State Actors on World Politics: A Challenge to Nation-States," *Alternatives: Turkish Journal of International Relations* 2, no. 1 (2003), <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/19401>.

<sup>13</sup> Korean Cultural Center NY, "Korea Information - History," Korean Cultural Center New York, 2022, <https://www.koreanculture.org/korea-information-history>.

*Hallyu* 2.0.<sup>14</sup> Kedatangan dan perkembangan dari *hallyu* tidak semerta-merta hadir dan memberikan kontribusi bagi Korea Selatan. Dalam perkembangannya, Korea Selatan melihat *Hallyu* sebagai fenomena kebudayaan yang sangat berpengaruh bagi negaranya. Maka dari itu, Korea Selatan mengupayakan lima faktor penting dalam menjaga dan mengembangkan popularitas dari *Hallyu* .<sup>15</sup>

Pada beberapa tahun ke belakang, Korea Selatan telah berhasil menyebarkan produk budaya populernya ke dunia internasional. Dalam perkembangannya, K-Pop merupakan produk budaya populer dari Korea Selatan yang muncul pada sekitar tahun 1960-an, bersamaan dengan *Japanese Pop* (J-pop) yang sudah terlebih dahulu diminati oleh masyarakat Indonesia. Dengan keinginan bersaing yang tinggi, Korea Selatan tidak ingin dikalahkan oleh budaya Jepang yang lebih terkenal dibanding budayanya. Maka dari itu, Korea Selatan mulai menghasilkan berbagai jenis konten menarik dengan ciri khas yang beragam seperti *fashion* dan musik yang menjadi titik awal kebudayaan K-Pop pra modern muncul.<sup>16</sup>

Keberhasilan dari industri budaya Korea Selatan dimulai pada pemerintahan Kim Dae Jung yang mulai menggunakan terminologi *Korean Wave* (*hallyu*) dalam pemberitaan mengenai kebijakannya.<sup>17</sup> Dalam rentang waktu ini, presiden Kim Dae Jung berhasil meningkatkan investasi untuk industri budaya

---

<sup>14</sup> Kim Bok-Rae, "Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)," *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (2015).

<sup>15</sup> Korean Cultural Center NY, "Korea Information - History," Korean Cultural Center New York, 2022, <https://www.koreanculture.org/korea-information-history>.

<sup>16</sup> Syafril Alam and Angrasia Jenifer Nyarimun, "MUSIK K-POP SEBAGAI ALAT DIPLOMASI DALAM SOFT POWER KOREA SELATAN," 2017.

<sup>17</sup> Kamon Butsaban, "South Korean Government Policy in the Development of K-Pop," *Journal of Letters* 52, no. 1 (2023): 1–28, <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jletters/article/view/262228>.

Korea Selatan dari 0.23 persen pada tahun 1980 menjadi 1,24 persen pada 2001. Kim Dae Jung menciptakan Hukum Dasar Promosi Industri Budaya yang dinilai sebagai sebuah kebijakan yang signifikan.<sup>18</sup> *Hallyu* juga tidak berhenti memberikan dampak positif bagi Korea Selatan. Hal ini dapat dibuktikan melalui sumbangsih *Hallyu* bagi perekonomian Korea Selatan pada tahun 2018 dimana *Hallyu* berhasil menyumbang 9.5 miliar USD.<sup>19</sup>

SM Entertainment merupakan sebuah agensi hiburan Korea Selatan yang dibangun pada tahun 1995 oleh Lee Soo-Man dan menjadi perusahaan pertama dengan banyak gebrakan inovasi dalam penyebaran *Hallyu*.<sup>20</sup> Seiring berjalannya waktu, SM Entertainment tidak pernah berhenti untuk berinovasi dalam andilnya pada kegiatan diplomasi kebudayaan Korea Selatan. Hal ini dibuktikan dengan adanya strategi dari SM Entertainment yang dinamakan *Culture Technology*. Melalui strategi ini, SM Entertainment memiliki tiga pondasi utama yaitu *culture creation*, *culture development*, dan *culture expansion*. Melalui salah satu cabang strateginya yaitu *culture expansion*, SM Entertainment memiliki tujuan untuk memperluas jangkauan agensinya tidak hanya dari lokasi saja melainkan menuju aspek bisnis-bisnis lainnya.<sup>21</sup>

Sejalan dengan cabang strategi terakhir dari strategi *New Culture Technology* oleh SM Entertainment yaitu adalah *culture expansion*, SM

---

<sup>18</sup> Kim, Milim. "The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations from Korea's Experience." *Keio Communication Review* 33 (2011): 163–82.

<sup>19</sup> Korean Cultural Center NY, "The Beginnings of the Country's History," Korean Cultural Center New York, 2022, <https://www.koreanculture.org/korea-information-history>.

<sup>20</sup>"SM Entertainment," [www.smentertainment.com](http://www.smentertainment.com), accessed December 19, 2023, <https://www.smentertainment.com/Overview/Introduction>.

<sup>21</sup> Ibid.

Entertainment melebarkan sayapnya ke Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan ditandatanganinya kerja sama strategis dan kolaborasi artis pertama antara SM Entertainment dan salah satu perusahaan di Indonesia. Kemunculan aktor non-negara sebagai pelaku dalam kegiatan hubungan internasional antar negara menimbulkan ketertarikan tersendiri untuk dibahas mengingat kehadiran nyata serta meningkatnya relevansi aktor non-negara dalam aktivitas diplomasi. Perkembangan zaman yang memungkinkan bertambahnya jenis aktor dalam melakukan diplomasi kebudayaan seperti aktor non-negara membuat peneliti tertarik untuk menganalisis peran SM Entertainment dalam kegiatan diplomasi kebudayaan.

Kemudian, topik ini menjadi menarik untuk dibahas dikarenakan pada diplomasi tradisional, aktor negara dianggap sebagai satu-satunya aktor dalam melakukan kegiatan hubungan internasional. Namun seiring dengan hadir dan berkembangnya globalisasi, jenis diplomasi serta aktor yang melakukannya menjadi beragam. Hal ini mengakibatkan perlu hadirnya analisis lebih mendalam mengenai efektivitas dari aktor non-negara terhadap tercapainya tujuan serta kepentingan dari sebuah negara. Maka dari itu, hal ini membuat peneliti menjadi tertarik untuk menganalisis lebih dalam peran aktor non-negara dalam kegiatan diplomasi publik.

## 1.2. Identifikasi Masalah

### 1.2.1 Deskripsi Masalah

Korea Selatan menyadari keberagaman kebudayaan yang mereka miliki dan melihat bahwa seiring berjalannya waktu dan bergulirnya globalisasi, diplomasi tradisional menjadi kurang relevan. Melalui ini, muncul model-model diplomasi baru seperti diplomasi publik. Dalam diplomasi modern, dikatakan bahwa muncul istilah baru yaitu diplomasi tanpa diplomat dimana kegiatan diplomasi ini dilakukan tanpa hadirnya peran diplomat.<sup>22</sup>

Hubungan diplomatik Indonesia dan Korea Selatan telah dijalin sejak bulan Agustus 1966. Namun, kedua negara ini baru menjalin hubungan tingkat konsulat pada bulan September 1973. Hubungan antar kedua negara ini memasuki babak baru ketika Presiden Korea Selatan, Moon Jae In berkunjung ke Indonesia pada November 2017. Kedua negara ini menandatangani *Republic of Korea-Republic of Indonesia Joint Vision Statement for Co-Prosperty and Peace*. Dari perjanjian ini, status kemitraan kedua negara disepakati untuk ditingkatkan menjadi *special strategic partnership* yang bekerja sama pada empat fokus area. Keempat fokus area tersebut adalah pertahanan dan hubungan luar negeri,

---

<sup>22</sup> Alam, Syafril. "Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Diplomasi Modern Departmen Luar Negeri RI.", Op. Cit., 134.



perdagangan bilateral dan pembangunan infrastruktur, *people-to-people exchanges*, dan kerja sama regional dan global.<sup>23</sup>

Indonesia menjadi salah satu pasar menjanjikan bagi Korea Selatan untuk memperkenalkan kebudayaan negaranya lebih jauh melalui kegiatan diplomasi kebudayaan. Salah satu instrumen unggulan yang digunakan oleh Korea Selatan dalam kegiatan diplomasi kebudayaannya adalah melalui *korean wave*. Penggemar *korean wave* di Indonesia ada pada angka yang sangat tinggi dan menempati urutan ketiga yaitu pada 6,5% setelah Amerika Serikat pada 35,6% dan Filipina sebanyak 7,5%.<sup>24</sup> Melalui data ini, dapat dilihat bahwa Indonesia memiliki ketertarikan tinggi terhadap hal-hal yang ditawarkan oleh Korea Selatan. Ketertarikan terhadap salah satu aset kebudayaan populer Korea Selatan ini menjadi peluang bagi SM Entertainment untuk turut mengambil andil dalam mempromosikan kebudayaan Korea Selatan di Indonesia.

SM Entertainment bergerak menggunakan strategi *New Culture Technology* yang berisi *culture creation*, *culture development*, dan *culture expansion* yang menggunakan kebudayaan Korea Selatan dalam setiap strateginya. Penggunaan kebudayaan oleh SM Entertainment dalam strategi perusahaannya dapat berdampak pada penyebaran kebudayaan

---

<sup>23</sup>“KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI SEOUL, REPUBLIK KOREA,” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, n.d., [https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan\\_bilateral/558/etc-menu](https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu).

<sup>24</sup>Yuli Pramita and Syafri Harto, “Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia Untuk Berwisata Ke Korea Selatan,” [www.neliti.com](http://www.neliti.com), October 1, 2016, <https://www.neliti.com/publications/200302/pengaruh-hallyu-terhadap-minat-masyarakat-indonesia-untuk-berwisata-ke-korea-sel>.

Korea Selatan ke kancah internasional khususnya pada strategi *culture expansion* yang mereka miliki.

### 1.2.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada objek penelitian berupa diplomasi kebudayaan Korea Selatan ke Indonesia yang dilakukan oleh SM Entertainment sebagai aktor non-pemerintah. Penelitian ini juga berfokus pada peran dari aktor non-pemerintah dalam kegiatan diplomasi khususnya diplomasi kebudayaan yang sejalan dengan alat yang digunakan oleh SM Entertainment dalam strategi perusahaannya.

Penelitian ini dibatasi pada Februari 2019-September 2023. Hal ini didasari karena pada tahun 2019, SM Entertainment secara gencar mendukung agenda diplomasi kebudayaan Korea Selatan terhadap Indonesia seperti perwujudan salah satu dari pilar strategi dalam *New Culture Technology* yaitu *culture expansion*, SM Entertainment mewujudkan bentuk *culture expansion* ke pada awalnya Indonesia dengan membuka kantor SM Entertainment yang terletak di Jakarta pada tanggal 8 Februari 2019. Penelitian dibatasi hingga 23 September 2023 dimana SM Entertainment menggunakan unsur *exhibition* dengan mengadakan konser keluarga besar SM Entertainment yang diberinama *SMTOWN Live 2023: SMCU Pallace in Jakarta* sebagai salah satu perwujudan diplomasi kebudayaan Korea Selatan ke Indonesia. Sehingga fokus dari penelitian ini adalah upaya pembangunan persepsi Korea Selatan terhadap Indonesia

melalui penerapan strategi *New Culture Technology* pada Februari 2019-September 2023.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana peran SM Entertainment melalui strategi *New Culture Technology* dalam diplomasi kebudayaan Korea Selatan ke Indonesia pada tahun 2019-September 2023?

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

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tindakan diplomasi kebudayaan Korea Selatan yang dilakukan oleh aktor non-pemerintah meskipun pada umumnya lebih umum untuk dilakukan oleh aktor pemerintah. Selain itu, melalui penelitian ini, peneliti juga ingin mengetahui lebih lanjut apakah dampak yang dihasilkan oleh kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh kedua aktor berbeda ini dapat memberikan sebuah perbedaan yang signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dari perusahaan SM Entertainment dalam mendukung kegiatan diplomasi kebudayaan Korea Selatan.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini kelak dapat membantu memberikan informasi sekaligus menjadi referensi bagi peneliti lain pada aspek penelitian serupa khususnya pada bidang diplomasi publik guna membangun persepsi masyarakat terhadap negara Korea Selatan.

### 1.4 Kajian Literatur

Dalam proses penelitian ini, ditemukan beberapa literatur terkait diplomasi publik Korea Selatan yang menggunakan *Hallyu* sebagai salah satu alat pencapaiannya.

Referensi pertama merupakan artikel dengan judul *Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan* oleh Teguh Puja Pramadya pada tahun 2021. Melalui artikel ini, Teguh berpendapat bahwa *Hallyu* atau Gelombang Korea dapat mencapai titik keberhasilan yang cukup baik dikarenakan hadir pada saat yang tepat dimana internet sebagai sarana teknologi komunikasi informasi sedang berkembang dengan pesat. Hal-hal yang berkaitan dengan *Hallyu* dapat dengan mudah diakses oleh khalayak umum sehingga *Hallyu* dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemasaran produk-produk dari Korea Selatan mulai dari barang-barang busana sampai ke gawai. Korea Selatan juga dapat memanfaatkan momentum ini dengan sangat baik, dibuktikan dengan bagaimana Korea Selatan

memanfaatkan apa yang menjadi salah satu nilai jual *Hallyu* yaitu *idol* untuk mempromosikan baik barang maupun kebudayaan dari Korea Selatan itu sendiri.<sup>25</sup>

Referensi kedua adalah sebuah artikel dengan judul "*Hallyu*" (*Korean Wave*) as Part of South Korea's Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia oleh Teguh Puja Pramadya dan Jusmalia Oktaviani. Dalam artikel ini, Teguh dan Jusmalia menyatakan bahwa Korea Selatan telah dengan sangat baik mendukung pemanfaatan salah satu instrumen budayanya yaitu *Hallyu* untuk melaksanakan diplomasi kebudayaannya yang dibuktikan dengan hasil baik. Dalam artikel jurnal ini juga diberikan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner seputar bagaimana responden melihat *Hallyu* dan dampak yang diberikan oleh *Hallyu*. Dengannya, mereka dapat memberikan kesimpulan bahwa *Hallyu* berhasil digunakan Korea Selatan untuk menyebarkan kebudayaan mereka dengan hasil yang baik dimana *Hallyu* diterima dengan sangat baik oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia, terutama Indonesia.<sup>26</sup>

Referensi ketiga adalah artikel dengan judul *Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy* oleh Gunjoo Jang dan Won K. Paik. Artikel ini membahas tentang bagaimana kemunculan dari *Hallyu* memberikan peluang yang sangat signifikan bagi Korea Selatan dalam upaya diplomasi publik mereka untuk mempromosikan kebudayaan Korea Selatan di seluruh dunia. Melalui keberhasilan-keberhasilan yang dicapai oleh *Hallyu*, dengan ini Korea Selatan

---

<sup>25</sup>Teguh Puja Pramadya and Jusmalia Oktaviani, "Korean Wave (Hallyu) Dan Persepsi Kaum Muda Di Indonesia: Peran Media Dan Diplomasi Publik Korea Selatan," *Insignia: Journal of International Relations* 8, no. 1 (April 30, 2021): 87, <https://doi.org/10.20884/1.ins.2021.8.1.3857>.

<sup>26</sup> Teguh Puja Pramadya and Jusmalia Oktaviani, "Korean Wave (Hallyu) Dan Persepsi Kaum Muda Di Indonesia: Peran Media Dan Diplomasi Publik Korea Selatan," Loc. Cit.

memanfaatkan momentum ini untuk dijadikan salah satu instrumen diplomasinya. Keberhasilan dari *Hallyu* sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan ini sudah memberikan dampak yang besar di seluruh dunia dan berhasil memberikan perubahan persepsi masyarakat terhadap Korea Selatan menuju arah yang positif, melihat Korea Selatan sebagai sebuah negara yang percaya diri dan juga memiliki jiwa nasionalisme yang tinggi.<sup>27</sup>

Referensi keempat adalah artikel dengan judul *Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)* oleh Kim Bok-rae. Dalam artikel ini menjelaskan bagaimana perkembangan *Hallyu* sebagai sebuah isu yang kerap hangat dibicarakan oleh masyarakat. Kim Bok-rae dalam artikel ini menyatakan bahwa pemerintahan, pelaku bisnis, media masa, dan akademisi Korea Selatan semuanya memiliki peran dalam perkembangan *Hallyu* sampai menjadi apa yang dikenal oleh khalayak umum saat ini. Dalam artikel ini juga menjelaskan bahwa dalam penyebarannya, *Hallyu* mendapatkan banyak bantuan dari perkembangan zaman dan kemudahan akses informasi yang terjadi akibat globalisasi.<sup>28</sup>

Referensi kelima adalah artikel dengan judul *Peranan SM Entertainment Sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia* oleh Febe dian Kencana Prawiraputri dan Andi Meganingratna. Artikel ini membahas bagaimana Korea Selatan menggunakan *Korean pop* yang dipopulerkan oleh agensi hiburan sebagai instrumen untuk diplomasi publiknya. Melalui tulisan ini, Febe dan Andi

---

<sup>27</sup>Gunjoo Jang and Won K. Paik, "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy," *Advances in Applied Sociology* 02, no. 03 (2012): 196–202, <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>.

<sup>28</sup> Bok-rae, Kim. "Past, Present and Future of *Hallyu* (Korean Wave)", Op. Cit.

menyatakan bahwa kebijakan Korea Selatan yang melibatkan aktor non negara dalam kegiatan diplomasi publiknya ini merupakan sebuah keberhasilan karena menghasilkan penerimaan yang baik dari para penggemarnya di seluruh penjuru dunia. Dalam tulisan ini, aktor non negara dibuktikan bahwa mereka berhasil melakukan *nation branding* bagi negaranya.<sup>29</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan menjadikan kelima literatur yang sudah diulas diatas dengan fokus penelitian terhadap upaya SM Entertainment selaku aktor non-negara melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan sebagai wujud penyebaran kebudayaan negaranya terkhusus ke Indonesia. Dengan memiliki instrumen yang dapat diandalkan yaitu *Korean Wave*, penulis melihat bagaimana peranan yang diambil oleh aktor non negara dalam mewujudkan tujuan diplomasi kebudayaannya ke Indonesia.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Hubungan Internasional dapat terjalin melalui salah satunya dengan berdiplomasi. Secara umum, diplomasi dapat didefinisikan sebagai seni dan praktik untuk bernegosiasi antar negara.<sup>30</sup> Dalam berdiplomasi, ada beberapa aktor yang dapat melakukan diplomasi diantaranya adalah diplomat politik, penasihat, perwakilan negara, kementerian, atau agensi-agensis yang berafiliasi dengan pemerintah, organisasi internasional seperti *World Trade Organization*,

---

<sup>29</sup> Febe Dian Kencana Prawiraputri and Andi Meganingratna, "Peranan SM Entertainment Sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional LINO* 1, no. 2 (November 10, 2021), <https://doi.org/10.31605/lino%20jurnal.v1i2.1151>.

<sup>30</sup> "Discover Diplomacy - National Museum of American Diplomacy," National Museum of American Diplomacy, March 14, 2018, <https://diplomacy.state.gov/discover-diplomacy/>.

perusahaan-perusahaan asing seperti Microsoft dan Toyota, *non-governmental organization* seperti *Red Cross* dan *Greenpeace*, dan individu seperti Nelson Mandela dan Jimmy Carter.<sup>31</sup> Terlepas dari siapapun aktor yang melakukan diplomasi, tujuan utama dari kegiatan diplomasi adalah untuk memenuhi serta memajukan kepentingan negara melalui praktik persuasi.<sup>32</sup> Seiring berjalannya waktu, diplomasi berkembang menjadi berbagai bentuk. Salah satunya, diplomasi publik.<sup>33</sup>

Diplomasi publik menurut Jan Mellisen merupakan alat yang digunakan oleh suatu negara untuk memengaruhi kehendak negara lain dengan cara yang positif yang diharapkan dapat mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara.<sup>34</sup> Citra Hennida dalam jurnalnya yang berjudul *Diplomasi Publik Dalam Politik Luar Negeri* mengatakan bahwa diplomasi publik dapat diwujudkan dengan penggunaan *soft power* yang dimiliki oleh negara.<sup>35</sup> *Soft power* didefinisikan oleh Joseph Nye dalam bukunya yang berjudul *Soft Power: The Means to Success in World Politics* sebagai sebuah cara untuk mendapatkan hasil yang diinginkan seseorang tanpa paksaan. Dalam bukunya, Nye menyatakan bahwa *soft power* yang dimaksudkan dalam konteks ini berupa kebudayaan, bahasa, persahabatan, dan ekonomi yang digunakan untuk menyelesaikan sebuah

---

<sup>31</sup> Geoffrey Allen Pigman, *Contemporary Diplomacy: Representation and Communication in a Globalized World* (Cambridge, UK; Malden, MA: Polity, 2010), 11-13.

<sup>32</sup> Gordon S. Smith, *Reinventing Diplomacy: A Virtual Necessity* (Washington, DC: U.S. Institute of Peace, 2000), 3.

<sup>33</sup> Cosmina-Iona Codrean, "Diplomacy: A Brief Analysis of the Types of Diplomacy," *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences XXVI*, no. 2 (2017): 279.

<sup>34</sup> Jan Melissen, *Public Diplomacy, Oxford Handbooks Online* (Oxford University Press, 2013), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0025>.

<sup>35</sup> Citra Hennida, "Diplomasi Publik Dalam Politik Luar Negeri," *Journal Unair: Masyarakat, Kebudayaan, Dan Politik* 22, no. 1 (2009): 6.



permasalahan dengan damai. Berbanding terbalik dari *hard power* yang menggunakan instrumen yang bersifat lebih memaksa, *soft power* menggunakan instrumen yang lebih didasarkan terhadap daya tarik budaya dan nilai-nilai yang dianut seseorang. Meskipun, keduanya memiliki tujuan yang sama untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Barry M Blechman, "Soft Power: The Mans to Success in World Politics.," *Political Science Quarterly* 119, no. 4 (2004).

Gambar 1.1 : Pelaksanaan diplomasi publik menurut McClellan



Sumber : Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy<sup>37</sup>

Menurut McClellan, dalam mengukur sebuah tindakan diplomasi publik, ada 5 komponen dalam perwujudan sebuah diplomasi publik sebagai berikut:

### 1. *Awareness*

Pada tahapan ini, masyarakat di negara yang dituju harus menyadari keberadaan dan aktivitas yang dilakukan dari negara advokat. Kesadaran dari masyarakat ini perlu dikaitkan dengan pesan-pesan yang ingin negara advokat sampaikan baik melalui media tradisional maupun modern. Negara advokat perlu membangun pesan dengan kepribadian negara tujuan yang mencerminkan kepentingan bersama antara negara target dan negara advokat guna menjangkau masyarakat yang lebih luas.

### 2. *Interest*

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat menjadi ketertarikan,

<sup>37</sup> Michael McClellan, "Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy," in *The New Public Diplomacy. Studies in Diplomacy and International Relations*, ed. Donna Lee and Paul Sharp (London: Palgrave Macmillan, 2005), 23–24.

diplomat harus menekankan manfaat yang akan negara tujuan capai melalui kegiatan ini. Hal ini dapat diwujudkan dengan pemberian pemahaman lebih dari negara advokat atau mempromosikan nilai-nilai negara yang dapat membangun hubungan positif. Sejatinya, pada tahapan ini, masyarakat negara tujuan diharapkan untuk memiliki ketertarikan untuk menjadi informasi secara aktif dari negara advokat.

### 3. *Knowledge*

Ketika ketertarikan dari masyarakat untuk mencari informasi mengenai negara advokat sudah terwujud, advokat akan membuat program yang bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai poin-poin yang menjadi ketertarikan dari masyarakat tujuan seperti mengenai kebudayaan, politik, ideologi, dan lain sebagainya dari negara advokat.

### 4. *Advocacy*

Melalui pemberian informasi yang disediakan, individu yang memiliki pengetahuan luas terhadap negara advokat memiliki tendensi untuk mendukung pendirian negara advokat bila masyarakat merasakan relevansinya. Audiens yang diharapkan untuk melakukan kegiatan ini adalah jurnalis, analis, tokoh masyarakat, dan lain sebagainya yang memiliki peran dalam menggiring opini masyarakat awam secara luas.

### 5. *Action*

Bila kegiatan advokasi tercapai, tindakan yang diambil oleh negara tujuan akan menjadi relevan juga bagi negara advokat. Hal ini akan mendukung hubungan jangka panjang yang dimiliki oleh pihak-pihak yang berhubungan. Kedepannya, keputusan yang diambil oleh negara tujuan akan menjadi relevan bagi negara advokat tanpa adanya ketergantungan untuk mengacu pada negara advokat lagi dan masyarakat menjadi yakin bahwa negaranya sepakat untuk mendukung keputusan dari negara advokat tersebut.<sup>38</sup>

Kendati demikian, diplomasi publik dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang masih baru dan memiliki kekurangan dalam pemahaman mengenai penjelasan maupun aktor yang terlibat di dalamnya. Menurut perspektif *state-centric* dan *neo-statist*, diplomasi publik merupakan kegiatan yang berporos pada tindakan yang diambil oleh negara. Dalam perspektif ini, diplomasi publik dianggap memerlukan kehadiran dari status resmi yang diberikan oleh negara dan menolak kegiatan aktor non-negara dalam melakukan diplomasi publik, mengklasifikasikan kegiatan aktor non-negara sebagai kegiatan transnasional. Namun, bagi perspektif non-tradisional, *society-centric*, dan *accomodative* mengakui bahwa sebagian aktor non-negara sebagai aktor dalam diplomasi publik. Kontradiktif dengan perspektif *state-centric*, dalam perspektif non-

---

<sup>38</sup> Ibid.

tradisional menyatakan bahwa aktor non-negara merupakan pendatang baru dalam melakukan kegiatan diplomasi publik.<sup>39</sup>

Dengan ini, penulis setuju dengan perspektif non-tradisional yang menyatakan bahwa aktor non-negara dapat dikategorikan sebagai pelaku kegiatan diplomasi publik. Dalam pelaksanaannya, diplomasi publik disponsori oleh pemerintah untuk memberi informasi dan dapat menarik minat serta membangun pandangan baik masyarakat untuk negara yang menjalankan diplomasi publik di negara lain.<sup>40</sup> Selain itu, menurut William Taffotien Assanvo, dalam diplomasi dengan pendekatan multi-pihak atau *multi stakeholder* merupakan sebuah tindakan untuk menyikapi, menyelesaikan, dan menghadapi permasalahan pada berbagai tingkatan baik lokal, nasional, regional, dan global. Kegiatan diplomasi ini dilakukan oleh berbagai pihak seperti pemerintah, perusahaan multinasional, lembaga swadaya masyarakat, dan organisasi internasional.<sup>41</sup>

Diplomasi publik menurut Nicholas J. Cull dalam bukunya *Public Diplomacy: Lessons from the Past* memiliki lima komponen penting yaitu *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy*, dan *international broadcasting* (IB). Penelitian ini menggunakan salah satu komponen penting dalam diplomasi publik yaitu diplomasi kebudayaan yang dijelaskan oleh Cull sebagai upaya sebuah aktor untuk mengatur lingkungan internasional dengan cara

---

<sup>39</sup> Kadir Jun Ayhan, "The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives," *International Studies Perspectives* 20, no. 1 (August 20, 2018): 63–83, <https://doi.org/10.1093/isp/eky010>.

<sup>40</sup> Sukawarsini Djelantik, *Diplomasi Antara Teori Dan Praktik* (Graha Ilmu, 2008), 4–5.

<sup>41</sup> William Taffotien Assanvo, "Multistakeholder Diplomacy - Challenges and Opportunities - Diplo Resource," *diplomacy.edu*, April 19, 2006, <https://www.diplomacy.edu/resource/multistakeholder-diplomacy-challenges-and-opportunities/>.

membuat sumber daya budaya dan prestasi dari sebuah negara untuk dikenali oleh masyarakat luas di luar negaranya sekaligus juga memfasilitasi transmisi budaya ke luar negeri.<sup>42</sup>

Fokus dari penelitian ini adalah pada bentuk ketiga yaitu *cultural diplomacy*. Korea Selatan memiliki visi untuk diplomasi publik yang mereka jalankan yaitu Korea Selatan, sebagai negara global yang memiliki kontribusi pada kebebasan, perdamaian, dan kemakmuran dunia. Korea Selatan juga memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui diplomasi publiknya antarlain advokasi kebijakan strategis untuk memenuhi kepentingan nasional, Korea sebagai pembangkit tenaga bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, dan budaya, dan ekosistem digital yang inovatif dalam pelaksanaan diplomasi publiknya.<sup>43</sup> Sejalan dengan tujuan diplomasi publiknya, Korea Selatan ingin semakin menggencarkan kegiatan dan pengaruh dari diplomasi publik yang mereka rencanakan khususnya pada bidang kebudayaan yang dibantu untuk dipenuhi oleh SM Entertainment.

Diplomasi kebudayaan menurut Tulus Warsito dan Wahyuni Kartika Sari adalah upaya negara dalam memperjuangkan kepentingan nasionalnya menggunakan dimensi kebudayaan baik pada skala mikro maupun makro dengan tujuan untuk memengaruhi pendapat warga negara lain untuk mendukung suatu

---

<sup>42</sup> Nicholas John Cull, *Public Diplomacy : Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 17–21.

<sup>43</sup> “Introduction of the Public Diplomacy: Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea,” [www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr) (Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea, n.d.), [https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_22841/contents.do](https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do).

kebijakan politik luar negeri tertentu.<sup>44</sup> Cummings, menjelaskan diplomasi kebudayaan sebagai pertukaran gagasan, informasi, seni, dan aspek budaya lainnya antar negara dan warga negaranya untuk mencapai sebuah *mutual understanding*.<sup>45</sup> John Lenczowski juga menjelaskan dalam pelaksanaannya, diplomasi kebudayaan dilakukan untuk mencapai *mutual understanding*. Dalam konteks ini, dimaksudkan sebagai rasa saling menghormati terhadap budaya lain. Dalam pelaksanaannya, Lenczowski menjelaskan bahwa diplomasi kebudayaan dapat diwujudkan melalui beberapa instrumen diantaranya,

1. *The arts*, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui karya seni seperti seni pertunjukan (film, teater, musik), seni rupa (lukisan, patung), dan seni yang dapat dikategorikan sebagai *sui generis* (arsitektur).
2. *Exhibitions*, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan dengan mengadakan pameran yang digunakan untuk menampilkan karya seni, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai sosial dari suatu negara ke negara lainnya.
3. *Exchanges*, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui pertukaran yang mencakup banyak aspek seperti pertukaran tenaga ahli sampai penukaran yang bersifat edukatif, saintifik, dan juga artistik.

---

<sup>44</sup> Tulus Warsito and Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan: Konsep Dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia* (Ombak, 2007).

<sup>45</sup> Milton C. Cummings, *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey, Americans for the Arts* (Washington, DCC: Americans for the Arts, 2009), 7.

4. *Language Teaching*, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui sarana komunikasi yang sangat mendasar yaitu, bahasa. Melalui pengajaran bahasa ini, publik dapat lebih mengenal karakter suatu bangsa.
5. *Promotion of Social Policy*, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui kebijakan yang dikeluarkan pemerintah suatu negara sebagai cerminan dari karakter bangsanya.<sup>46</sup>

Diplomasi kebudayaan memiliki tujuan akhir untuk menarik perhatian publik asing sehingga jenis diplomasi ini melibatkan aktor-aktor pilihan dengan fokus kebudayaan agar dapat memanfaatkan pola pikir, gaya hidup, seni, dan budaya yang dimiliki oleh aktor tersebut guna mencapai kepentingan nasional yang diinginkan suatu negara.<sup>47</sup> Melalui aktor-aktor terpilih tersebut yang menerapkan unsur-unsur diplomasi kebudayaan dengan menggunakan beberapa instrumen pada diplomasi kebudayaan diatas, diharapkan tujuan dari diplomasi kebudayaan untuk memengaruhi publik asing dapat terwujud.

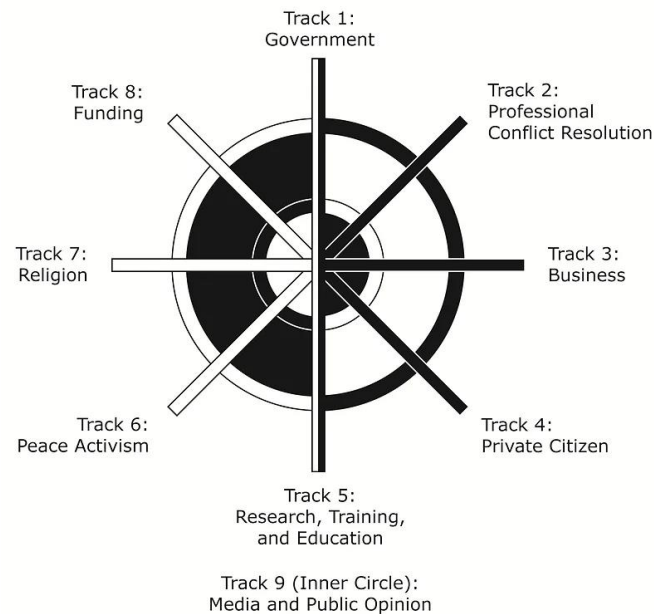
---

<sup>46</sup> John Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. (Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Welfare, 2008).

<sup>47</sup> "Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy," in *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*, ed. Michael J. Waller, Op. Cit.



Gambar 1.2 : Multi-track Diplomacy menurut Institute for Multi-Track Diplomacy



Sumber : Institute of Multi-Track Diplomacy<sup>48</sup>

Louise Diamond dan John W. McDonald menjelaskan jenis diplomasi yang dinamakan *multi-track diplomacy* atau diplomasi multi-jalur. Menurut *Institute of Multi-Track Diplomacy* (IMTD), diplomasi multi-jalur merupakan sebuah cara konseptual untuk melihat proses terciptanya sebuah perdamaian internasional sebagai suatu sistem yang satu kesatuan. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa individu, institusi, dan komunitas saling berhubungan untuk beroperasi bersama dengan masing-masing aktor yang memiliki tujuan yang sama yaitu dunia yang damai.<sup>49</sup> Berdasarkan 9 jalur dalam kegiatan diplomasi menurut teori ini, untuk penelitian ini digunakan jalur 1 yaitu pemerintah yang memberikan tujuan dari diplomasi kebudayaan, jalur 3 yaitu bisnis dimana SM Entertainment

<sup>48</sup> Louise Diamond and McDonald John W, "About | Institute for Multi-Track Diplomacy," Institute For Multi-, n.d., <https://www.imtd.org/about/what-is-multi-track-diplomacy>.

<sup>49</sup> Ibid.

sebagai bisnis juga turut mendukung kebijakan dari pemerintah, dan jalur 9 yaitu media dan opini publik untuk menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh bisnis menggunakan media untuk melakukan perannya.

Diplomasi kebudayaan merupakan sebuah praktik yang sudah digunakan sejak lama. Namun, istilah resmi dari ‘diplomasi kebudayaan’ sebagai bagian dari tindakan diplomasi merupakan hal yang baru diakui. Menurut Institute for Cultural Diplomacy, kegiatan diplomasi kebudayaan dapat dilakukan oleh berbagai aktor seperti pedagang, guru, seniman, dan masih banyak lagi. Aktor-aktor yang beragam dari berbagai tingkatan ini dapat dikategorikan sebagai ‘duta informal’ atau ‘duta kebudayaan’. Aktor-aktor yang tergolong sebagai duta informal atau duta kebudayaan ini dapat memfasilitasi pertukaran budaya melalui berbagai bidang seperti seni, olahraga, sastra, musik, ilmu pengetahuan, bisnis & ekonomi, dan sebagainya.<sup>50</sup>

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

### **1.6.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berjenis studi kasus untuk mengumpulkan data yang dapat mendukung penelitian penulis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penggunaan metode ini didasari oleh tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini yaitu untuk memahami sebuah fenomena, aktivitas, dan proses sosial yang terjadi.

---

<sup>50</sup> Institute for Cultural Diplomacy, “Institute for Cultural Diplomacy,” [www.culturaldiplomacy.org](http://www.culturaldiplomacy.org), 2023, [https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en\\_culturaldiplomacy](https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy).

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

Penulis akan menggunakan metode pengumpulan data sekunder. Penulis akan mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, ataupun *website* baik dari peneliti pendahulu maupun sumber-sumber resmi dari organisasi atau pemerintah terkait.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Dalam melakukan penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian, peneliti membagi penelitian ke dalam empat bab untuk pembahasan yang terperinci dan mendalam, dengan rincian sebagai berikut:

**Bab I “Pendahuluan”**, peneliti membahas mengenai latar belakang masalah fenomena yang akan diteliti, dilanjutkan dengan identifikasi masalah yang membahas mengenai pembatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, perumusan masalah, kemudian kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan sistematika pembahasan.

**Bab II “Peran SM Entertainment sebagai Pelaku Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan”** berisi profil perusahaan dari SM Entertainment serta upayanya secara umum dalam kontribusi pembangunan persepsi negara Korea Selatan.

**Bab III “SM Entertainment dalam Mendukung Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia”** berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh SM Entertainment khususnya dalam rentang waktu 2019 -

September 2023 di Indonesia untuk mendukung agenda diplomasi kebudayaan Korea Selatan.

**Bab IV “Kesimpulan”** berisi jawaban peneliti dari rumusan masalah yang ada serta keterbatasan penelitian dan saran bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai topik terkait.