



---

## Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018

**Choirin Nisa' Berliantika**

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269,  
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Website: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This research discussed about the strategy of the South Korean government to utilize the Korean wave in the export of its creative industries which include music, broadcasting (drama and films), animations, cartoons, and games, which are promoted by the South Korean government both domestically and internationally. This research focused on the implementation of the South Korean government's strategy in spreading its creative industry to various countries to improve the South Korean economy through its exports. This research used a qualitative method with a descriptive type of research. The concept used in this research was the concept of national interest and public diplomacy. This research aims to describe that the South Korean government exported creative industries that contain South Korean cultural values with strategies, namely developing South Korea's domestic potential, connecting South Korea with other countries, and making South Korea active in the international arena. These strategies have had an influence on the development of South Korea's creative industry both in the domestic market and the international market, so that it has implications for export growth and improving the economy of the South Korean country.*

**Keywords:** *Korean wave, creative industry, exports, national interest, and public diplomacy.*

### **PENDAHULUAN**

Korea Selatan merupakan negara di Asia Timur yang memiliki perekonomian yang maju dan pendapatan perkapita cukup tinggi. Pada tahun 2018, pendapatan per kapita Korea Selatan menembus lebih dari 33.000 dalam dolar Amerika (KCC, 2018). Korea Selatan juga merupakan negara yang berhasil dan sukses menyebarkan budayanya hingga ke ranah global. Budaya milik Korea Selatan ini dikenal dengan istilah *Korean wave (k-wave)*, dimana *k-wave* ini sudah menjadi parameter dalam berbagai aspek, utamanya di bidang sosial dan budaya di berbagai masyarakat belahan dunia (Doobo Shim, 2006). Keberhasilan Korea Selatan dalam menyebarkan budayanya tidak lepas dari upaya pemerintah Korea Selatan, konglomerat (*chaebol*) sebagai pemberi modal, dan media sebagai sarana penyebarannya. Korea Selatan sebelumnya sempat mengalami krisis ekonomi yang cukup parah akibat Perang Korea dan krisis Asia, namun pemerintah Korea Selatan berhasil bangkit dan membangun kembali perekonomiannya melalui budayanya yang disebarakan di berbagai negara (KCIS, 2016).

*K-wave* yang disebarkan ke berbagai negara berhasil mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat global, tidak hanya di kawasan Asia, namun juga di seluruh dunia. Dengan adanya respon yang positif tersebut, pemerintah Korea Selatan kemudian semakin bergerak kedepan untuk fokus pada kegiatan ekspor produk kebudayaannya. Kemudian, pemerintah Korea Selatan memanfaatkan peluang untuk menjadikan *k-wave* sebagai sarana berdiplomasi dengan negara-negara lain, sehingga citra positifnya semakin meningkat (KCIS, 2016). Kemunculan *k-wave* ini berkaitan dengan sektor industri kreatif Korea Selatan, karena sektor ini dianggap dapat memberikan dorongan terhadap ekspor produk-produk industri kreatif seperti musik, *broadcasting* (drama dan film), animasi, kartun, dan *game*. Ketertarikan masyarakat terhadap budaya Korea Selatan membuka jalan untuk Korea Selatan melakukan ekspor budaya dan industri kreatifnya agar semakin meluas dan membawa negara tersebut menjadi salah satu kekuatan ekonom di dunia (Kompas, 2020).

Penelitian dengan tema *Korean wave* memang sudah banyak dikaji oleh akademisi sebelumnya, namun banyak penelitian sebelumnya yang lebih mengarah kepada *Korean wave* secara umum. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firdani Khairina membahas mengenai kedudukan *Korean wave* yang disebut sebagai *soft diplomacy* terhadap persebaran kebudayaan negara Korea Selatan, tujuan penelitian tersebut yaitu untuk menganalisis kemunculan *Korean wave* sebagai alat berdiplomasi dengan menggunakan konsep *soft power* (Khairina, 2019). Terdapat pula penelitian mengenai *Hallyu* sebagai bentuk diplomasi publik oleh Tri Hartati, yang menjelaskan bahwa *Hallyu* sebagai budaya Korea Selatan digunakan sebagai diplomasi publik negara Korea Selatan (Tri Hartati, 2015).

Dengan adanya penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini membawa kebaruan, dimana penulis mengangkat tema mengenai strategi pemerintah Korea Selatan memanfaatkan *Korean wave* dalam ekspor industri kreatifnya dan berfokus pada tahun 2016-2018. Pengangkatan tema ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi keberadaan *Korean wave* dan strateginya dalam mendorong ekspor industri kreatif Korea Selatan, serta mengetahui dampak *Korean wave* terhadap perekonomian dan perkembangan ekspor industri kreatif Korea Selatan tahun 2016-2018. Penelitian ini menggunakan konsep kepentingan nasional menurut K.J Holsti dan konsep diplomasi publik oleh Henrikson.

Setiap negara tentunya memiliki tujuan atau cita-cita yang perlu dicapai untuk menyejahterakan dan memakmurkan masyarakatnya, tujuan tersebut dapat dikatakan sebagai kepentingan nasional negara. Kepentingan nasional ini sangat berkaitan erat dengan beberapa kumpulan cita-cita bangsa yang akan terus berusaha untuk dicapai melalui hubungan dengan negara lain. Selanjutnya, hal tersebut akan menjadi pondasi untuk mewujudkan perkembangan kepentingan bangsa yang paling penting, seperti pertahanan, keamanan, militer, ekonomi dan kesejahteraan. Holsti mengklasifikasikan kepentingan nasional diantaranya yaitu *core values*, *middle range objectives*, dan *long range goals*. *Core values* merupakan sesuatu hal yang menyangkut eksistensi suatu negara, *middle range objectives* sesuatu hal yang berkaitan dengan peningkatan ekonomi, dan *long range goals* berkaitan dengan hal yang bersifat jangka panjang dan luas (Holsti, 1987).

Kemudian, untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara, diperlukan interaksi antarnegara, dimana diplomasi merupakan salah satu instrument terciptanya interaksi tersebut. Diplomasi publik merupakan salah satu interaksi antara pemerintah kepada rakyat atau bahkan antara rakyat kepada sesama rakyat, yang sebelumnya hubungan interaksi ini hanya terjadi pada sesama pemerintah saja. Diplomasi publik tersebut memiliki tujuan untuk menunjukkan citra bangsa yang baik dan eksis di mata dunia, sehingga dalam hal ini akan memberikan hasil suatu persepsi yang kemudian menjadi dasar untuk membangun suatu

hubungan timbal balik dengan negara lain untuk mencapai kepentingan tiap tiap negara. Henrikson memberikan identifikasi lima area dari diplomasi publik, yaitu *consolidation*, *containment*, *penetration*, *enlargement*, dan *transformation*. *Consolidation* merupakan usaha untuk menyatukan atau memperkuat hubungan dua kelompok atau lebih. *Containment* merupakan pembendungan atau pertahanan dari pengaruh negara lain. *Penetration* merupakan pemberian pengaruh pada negara target. *Enlargement* merupakan peningkatan atau perluasan pengaruh dan pasar ke negara lain. Sedangkan *transformation* merupakan perubahan dari hasil pengaruh ke seluruh dunia. Selain itu, diplomasi publik menurut Mark Leonard terdiri dari pengenalan, meningkatkan apresiasi masyarakat, mempererat kedekatan, dan tujuan mempengaruhi (Salim, 2016).

Korea Selatan yang sebelumnya sempat mengalami krisis ekonomi berusaha untuk bangkit dari keterpurukan dengan memanfaatkan *Korean wave*. *Korean wave* ini kemudian dikenalkan pada dunia dan menjadi alat berdiplomasi ke berbagai negara dan ternyata mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat internasional. Melihat respon yang positif tersebut, pemerintah Korea Selatan kemudian semakin bergerak kedepan untuk fokus pada kegiatan ekspor, dalam hal ini terkait produk kebudayaannya. Dengan kegiatan ekspor yang dilakukan pemerintah Korea Selatan, maka dapat terlihat bahwa Korea Selatan mengedepankan kemajuan ekonominya melalui ekspor produk budayanya, dimana kemajuan ekonomi tersebut merupakan salah satu kepentingan nasional Korea Selatan (Korean Culture and Information Service, 2011:2).

Berdasarkan pemaparan dari konsep yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa Korea Selatan memiliki kepentingan nasional yang utama yaitu untuk mengedepankan dari aspek perekonomiannya. Kemudian, Korea Selatan menggunakan diplomasi publik dengan memanfaatkan *Korean wave* dalam menggencarkan ekspor industri kreatifnya di negara-negara yang menjadi target utama yang memiliki pasar luas. Hal tersebut tidak hanya menjadikan dunia sadar akan eksistensi keberadaan budaya Korea Selatan, namun juga memberikan peluang besar dari aspek ekonomi melalui berbagai komoditas yang terpengaruh dengan adanya budaya milik Korea Selatan, seperti sektor industri kreatif.

## **PEMBAHASAN**

### ***Keentingan Nasional Korea Selatan***

Korea Selatan sebagai suatu negara tentunya memiliki kebutuhan masing-masing demi tercapainya kesejahteraan masyarakatnya. Namun, kebutuhan tersebut tidak dapat dipenuhi sendiri, sehingga perlu adanya interaksi dengan negara lain. Kebutuhan tersebut dapat dikatakan sebagai kepentingan nasional Korea Selatan dan salah satu faktor pendorong interaksi dengan negara lain ialah faktor ekonomi, dimana Korea Selatan tentunya memiliki tujuan dalam meningkatkan perekonomian negaranya. Sektor ekonomi merupakan sektor yang sangat vital, dimana ekonomi digunakan negara dalam pemenuhan sektor lainnya, seperti misalnya digunakan untuk kebutuhan pembangunan infrastruktur, fasilitas kesehatan, pertahanan, keamanan, dsb. Maka dari itu, terciptalah hubungan interaksi antarnegara demi memenuhi apa yang kurang dengan mengandalkan kelebihan masing-masing negara.

Sebelumnya, negara Korea Selatan sempat mengalami krisis ekonomi dan industri kreatif Korea Selatan kala itu masih cukup tertinggal. Sekitar tahun 1960-an pasca terjadinya Perang Korea dan krisis Asia, Korea Selatan pada saat itu masih tergolong sebagai salah satu negara agraris termiskin di dunia. Saat itu PDB Korea Selatan hanya 64,4 miliar dollar

AS dan sumber daya alam negara tersebut belum melimpah. Korea Selatan dihadapkan dengan keterpurukan ekonomi dan kegiatan perekonomian yang berjalan lambat, sehingga sangat sulit untuk ikut andil dalam berkompetisi dengan dunia luar (Doobo Shim, 2006).

Pemerintah Korea Selatan kemudian bertindak dengan melakukan program pembangunan ekonomi nasional yang bertujuan memperbaiki keterpurukan ekonominya. Hal tersebut merupakan sebuah kepentingan nasional bagi Korea Selatan. Pemerintahan Korea Selatan berusaha mempertahankan keberlangsungan hidup nasionalnya dengan semakin gencar untuk memperbaiki kondisi perekonomiannya. Apabila dikaitkan dengan konsep kepentingan nasional menurut Holsti, maka *core values* dari Korea Selatan adalah perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya. Kemudian, *middle range objectives* nya adalah Korea Selatan berusaha memperbaiki dan meningkatkan perekonomian negaranya yang sempat terpuruk. Sedangkan *long range goals* nya adalah dengan perbaikan perekonomian negaranya, maka Korea Selatan sebagai negara maju dapat tetap bertahan dalam kompetisi global. Dalam keterangan yang dikatakan oleh Kementerian Luar Negeri Korea Selatan dalam buku putih diplomatik tahun 2016 lalu, negara Korea Selatan juga berusaha untuk melakukan percepatan ekonomi dengan adanya kegiatan ekspor (Trisni dkk, 2016). Dalam hal ini, kegiatan ekspor yang berkaitan dengan produk *Korean wave* yang berhasil tersebar ke berbagai negara.

Perbaikan perekonomian Korea Selatan bermula dari ambisi nasional warisan rezim militer Park Chung-hee di tahun 1961 yang otokratis, represif, namun berkomitmen dalam mengejar pembangunan ekonomi, serta proteksinya yang begitu kuat hingga membatasi masuknya budaya dari luar Korea Selatan. Kemudian digantikan oleh Kim Young Sam yang membuat sebuah proyek globalisasi baru (*Segyehwa*). Proyek tersebut bertujuan mempersiapkan masyarakat dari pengaruh-pengaruh luar, dimana mereka dituntut untuk kreatif. Perekonomian Korea Selatan yang kala itu sempat mengalami krisis, menjadikannya semakin gencar dan berambisi untuk menjadikan industri kreatif sebagai tiang perekonomian (Tri Hartati, 2015).

Tahun 1992, Korea Selatan mulai menjadikan budayanya sebagai salah satu komoditas ekspor dan mulai menargetkan ke pasar China (Kumparan, 2020). Tahun 1997, merupakan awal keberangkatan fenomena *Korean wave*, dimana drama Korea Selatan sukses mendapat respon positif di negara China, dari sinilah dikenal istilah *Hallyu*. Kemudian, drama Korea Selatan semakin laris dipasarkan di berbagai negara lainnya (Doobo Shim, 2006). *Korean wave* ini tidak semata-mata menyebarkan drama asal Korea Selatan, namun termasuk musik (*k-pop*) juga ikut masuk di dalamnya. Pada awal tahun 2000, Korea Selatan mulai meluncurkan *idol* yang berupa grup *boyband* dan *girlband* untuk semakin merambah pasar (KOCIS, 2020). Permintaan akan tayangan drama dan film Korea Selatan semakin meningkat, yang menjadikannya mulai tembus ke pasar internasional (Korean Culture and Information Service, 2016). *Korean wave* semakin sukses mengglobal, dimana hal tersebut juga berpengaruh pada aspek-aspek industri kreatif lainnya, dimana *Korean wave* tidak hanya berhubungan dengan drama, film dan musik saja, tetapi juga termasuk animasi, kartun, dan game yang berasal dari Korea Selatan. Industri kreatif tersebut merupakan strategi yang tepat dan dapat untuk memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan (Kompas, 2020).

### ***Strategi Pemerintah Korea Selatan dalam Ekspor Industri Kreatif***

Industri kreatif Korea Selatan memiliki lima kategori, yaitu musik, *broadcasting* (film dan drama), animasi, kartun, dan game. Kelima kategori industri kreatif Korea Selatan

tersebut tentunya juga memerlukan beberapa persiapan dan perencanaan yang matang agar dapat ikut berkontribusi dalam pasar dunia. *Korean wave* memiliki 3 (tiga) strategi, yaitu mengembangkan angka pertumbuhan domestik, menghubungkan antara Korea Selatan dengan negara-negara yang lain, dan menjadikan Korea Selatan aktif di ranah internasional.

#### *Mengembangkan angka pertumbuhan domestik*

Demi mencapai keberhasilan ekonomi, maka pemerintah Korea Selatan perlu melakukan perbaikan dan pembangunan ekonomi dalam negeri terlebih dahulu. Hal tersebut dilakukan pemerintah Korea Selatan dengan memanfaatkan industri kreatif Korea Selatan sebagai salah satu sumber pendapatan ekonomi yang paling besar. Maka dari itu, pemerintah Korea Selatan menuntut masyarakatnya agar dapat menjadi manusia yang kreatif. Pemerintah mendukungnya dengan melakukan pembangunan infrastruktur publik dan teknologi yang modern dan canggih. Masyarakat yang berprofesi sebagai seniman dan kreator dapat dengan bebas mengembangkan ide-ide mereka. Selain itu, untuk menjadi seniman, artis, *boyband* dan *girlband*, perlu adanya program *recruitment* dan mengikuti *training* dalam sebuah agensi untuk melatih bakat dan kemampuannya.

#### *Menghubungkan Korea Selatan dengan negara lain*

Strategi ini dilakukan demi membangun citra positif Korea Selatan di mata dunia melalui kegiatan promosi daya tarik budayanya. Dengan citra yang positif tersebut, dapat meningkatkan ekspor industri kreatifnya ke luar negeri. Korea Selatan menggunakan *Korean wave* sebagai salah satu media dalam menghubungkan negaranya dengan negara-negara lain. Dalam upaya menyebarkan *Korean wave*, pemerintah Korea Selatan membentuk badan khusus yang didirikan untuk membantu penyebaran industri kreatifnya tersebut. Di bawah naungan Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, maka dibentuklah badan khusus diantaranya yaitu *Korean Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE), *Korean Culture and Content Agency* (KOCCA), serta *Korea Culture Center* (KCC) dan *Korean Cultural and Information Service* (KOCIS).

Badan-badan tersebut membantu menghubungkan negara Korea Selatan dengan negara lain dan memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan *Korean wave*. Selain itu, melalui badan-badan tersebut, pemerintah dengan mudah mengenalkan industri kreatifnya melalui acara-acara yang diselenggarakan, seperti festival film, konser musik, *k-content expo*, yang ikut menghadirkan masyarakat dari berbagai negara. Dengan diselenggarakannya acara tersebut, pemerintah Korea Selatan dapat menarik negara lain untuk semakin mengonsumsi *Korean wave* dan tertarik untuk menjalin kerjasama dengan negara lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan berusaha untuk menghubungkan negaranya dengan masyarakat internasional atau negara lain.

#### *Menjadikan Korea Selatan aktif di kancah internasional*

*Korean wave* digunakan pemerintah Korea Selatan untuk membangun diplomasi dengan negara lain. Korea Selatan cukup sering menyelipkan aspek *Korean wave* dalam beberapa agenda mereka, dimana pemerintah Korea Selatan menggunakan artis, *boyband*, atau *girlband* dalam beberapa agenda mereka. BTS (*Bangtan Seonyeondan*) merupakan *boyband* Korea Selatan yang membuat sejarah dengan tampil berpidato di depan Majelis Umum PBB atas undangan UNICEF. (CNN, 2018). BTS juga sempat bekerjasama dalam kampanye bertajuk *'Love Myself'* yang bertujuan untuk mengakhiri kekerasan terhadap anak-anak di seluruh dunia. Maka dari itu, Presiden Korea Selatan Moon Jae In kemudian

menunjuk mereka sebagai utusan khususnya untuk keperluan diplomasi publik pada agenda-agenda mendatang, terutama terkait budaya dan kepemudaan (UNICEF, 2018).

Tahun 2017, Moon Jae In memberikan hadiah album *boyband* EXO dalam pernikahan putri Presiden Indonesia Jokowi, ia mengetahui bahwa putri Presiden Indonesia tersebut adalah penggemar *k-pop*. Di tahun yang sama, EXO juga mendampingi Moon Jae In dalam kunjungannya ke China. Ini kali pertama kunjungannya setelah 11 bulan China melakukan boikot dan melarang adanya konten hiburan Korea Selatan tayang di negara mereka. Selain itu, aktris Song Hye Kyo juga menghadiri pertemuan antara Presiden China Xi Jinping dan Presiden Korea Selatan Moon Jae In dalam acara *Korea-China Economic Partnership* di China (CNN Indonesia, 2017). Tahun 2018, EXO juga memberikan salinan album yang sudah dibubuhi tanda tangannya kepada Ivanka Trump (Global Times, 2019). Di tahun yang sama, Korea Utara membuka diri dengan mengizinkan idola *k-pop* tampil dalam suatu konser di negaranya. Hal tersebut menjadikan ketegangan politik antara Korea Selatan dan Korea Utara sempat mencair (CNN Indonesia, 2018). Beberapa agenda tersebut merupakan bukti bahwa Pemerintah Korea Selatan menggunakan *Korean wave* dalam agenda diplomasinya sebagai bukti bahwa Pemerintah Korea Selatan aktif dalam kancah internasional.

Ketiga strategi tersebut merupakan upaya dari Korea Selatan dalam meningkatkan perkembangan ekspor industri kreatif dengan memperkenalkan eksistensi Korea Selatan pada dunia. Strategi tersebut merupakan salah satu harapan besar dari Korea Selatan dalam mewujudkan keberhasilan dari kepentingan nasionalnya.

### ***Korean wave sebagai sarana diplomasi publik***

Strategi yang dilakukan Korea Selatan untuk mempromosikan dan meningkatkan perkembangan ekspor industri kreatifnya juga merupakan bagian dari suatu diplomasi Korea Selatan ke negara lain, yaitu berupa diplomasi publik. Diplomasi publik bertujuan mempengaruhi masyarakat sehingga dapat membangun citra negara Korea Selatan dengan menunjukkan pesona dari budayanya. Kemudian, Korea Selatan dapat mengikat hubungan atau interaksi dengan negara lain demi mewujudkan kepentingan nasionalnya, dimana berkaitan dengan kepentingan ekonomi.

Apabila strategi dari *Korean wave* tersebut dikaitkan dengan konsep diplomasi publik milik Henrikson, maka *containment* sesuai dengan strategi yang pertama yaitu melakukan perkembangan terhadap pertumbuhan domestik. *Containment* merupakan pembendungan pengaruh budaya dari negara lain, maka Korea Selatan disini berusaha memperkuat *power* domestiknya dan hal ini bertujuan untuk mencegah adanya penyebaran pengaruh negara lain. Hal tersebut dilakukan dengan melakukan pembangunan ekonomi dalam negeri dan mendukung kreatifitas masyarakatnya melalui pembebasan ide, membangun sekolah seni atau memberikan *training*, sehingga dengan *power* domestiknya tersebut Korea Selatan dapat melaksanakan *consolidation* dan *penetration*.

*Consolidation* dan *penetration* ini sesuai dengan strategi yang kedua dari *Korean wave*, dimana Korea Selatan berusaha menghubungkan negaranya dengan negara-negara lain dengan mengandalkan citra positifnya yang dibentuk melalui daya tarik budayanya. Untuk menghubungkan Korea Selatan dengan negara lain, maka Korea Selatan membentuk lembaga-lembaga yang berkaitan dengan industri kreatif seperti KOFICE, KOCCA, KCC, dan KOCIS. Lembaga-lembaga yang berkaitan dengan *Korean wave* tersebut memiliki situs web yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat internasional dan biasanya menyelenggarakan festival atau konser di Korea Selatan maupun di berbagai

negara. Hal tersebut menunjukkan bahwa Korea Selatan berusaha untuk menghubungkan negaranya dengan negara lain.

Ketiga area tersebut mengantarkan pada area *enlargement* dan *transformation* yang sesuai dengan strategi yang ketiga, dimana menjadikan Korea Selatan aktif dalam dunia internasional. Pemerintah Korea Selatan ingin memperluas ruang lingkup dan sasaran pasarnya dengan melakukan diplomasi dan kerjasama dengan negara lain. Hal tersebut dilakukan dengan menyelipkan unsur *Korean wave* ke dalam beberapa agenda diplomasinya ke negara lain. Artis, *boyband*, dan *girlband* asal Korea Selatan merupakan salah satu agen penyebaran *Korean wave*, dimana mereka cukup sering diikuti dalam agenda kenegaraan. Seperti misalnya salah satu *boyband* bernama BTS yang ditunjuk presiden Korea Selatan sebagai utusan khusus terkait budaya karena sebelumnya sempat ditunjuk UNICEF untuk berkampanye tentang pemberantasan kekerasan terhadap anak di seluruh dunia. Melalui diplomasi publik, Korea Selatan menjalankan strateginya menurut tiga langkah tersebut kepada negara yang akan menjadi sasarannya, sehingga persebaran *Korean wave* dapat semakin meluas dan banyak dikonsumsi masyarakat internasional. Dengan begitu, perekonomian negara Korea Selatan akan semakin meningkat, dan hal tersebut menunjukkan bahwa kepentingan terkait ekonomi negara Korea Selatan berhasil tercapai melalui *Korean wave* tersebut.

Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan juga sejalan dengan strategi dan pencapaian yang ingin diraih melalui diplomasi publik dengan menggunakan indikator dari Mark Leonard. Langkah strategi tersebut diantaranya adalah pengenalan, meningkatkan apresiasi masyarakat, mempererat kedekatan, dan tujuan mempengaruhi (Rustadi, 2012).

#### *Pengenalan*

Tahapan awal keberhasilan dari diplomasi publik adalah dengan melakukan pengenalan. Pengenalan ini dilakukan untuk membuat seluruh lapisan masyarakat di negara tujuan mengenal dan memberikan penilaian yang baik kepada negara yang sedang melaksanakan suatu diplomasi publik. Apabila dikaitkan dengan persebaran *Korean wave*, disini Korea Selatan berusaha untuk memperkenalkan negaranya melalui *Korean wave* dengan membentuk badan-badan yang berfokus di bidang industri kreatif seperti KOFICE, KOCCA, KCC, dan KOCIS. Badan-badan tersebut dibentuk guna memudahkan masyarakat mengakses informasi seputar industri kreatif milik Korea Selatan.

#### *Meningkatkan Apresiasi Masyarakat*

Selanjutnya adalah meningkatkan apresiasi masyarakat, dimana diplomasi publik akan dikerahkan untuk memberikan penghargaan positif dari masyarakat negara tujuan terhadap negara yang sedang melakukan diplomasi publik. Apabila dikaitkan dengan persebaran *Korean wave*, Korea Selatan setelah melakukan penyebaran budayanya ke berbagai negara akan mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat internasional. Tanggapan yang positif tersebut menghasilkan citra yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa apresiasi masyarakat meningkat. Maka dari itu, Korea Selatan akan dengan mudah untuk semakin menyebarluaskan *Korean wave* nya ke berbagai negara lainnya.

#### *Mempererat kedekatan*

Kemudian tahap mempererat kedekatan, dimana kedekatan yang dimaksud adalah hubungan yang dekat antara masyarakat dari negara tujuan maupun masyarakat dari negara yang menjalankan diplomasi publik. Apabila dikaitkan dengan *Korean wave*, mempererat

kedekatan tersebut merupakan upaya untuk meningkatkan interaksi antara masyarakat negara tujuan dengan masyarakat di Korea Selatan. Disini Pemerintah Korea Selatan menyelipkan aspek-aspek *Korean wave* ke dalam agenda-agenda diplomatik atau politik, sehingga Korea Selatan dapat menyebarkan perubahan yang lebih luas terkait *Korean wave*.

#### *Tujuan Mempengaruhi*

Terakhir, tahap tujuan mempengaruhi merupakan tahapan yang tercapai apabila mampu mendatangkan keuntungan ekonomi akibat konsumsi produk dari masyarakat negara lain. Apabila dikaitkan dengan *Korean wave*, persebarannya bertujuan untuk mencapai keuntungan ekonomi negara Korea Selatan, dimana dimulai dengan pengenalan dan membangun reputasi dari berbagai produk industri kreatif yang berasal dari Korea Selatan. Dengan keuntungan ekonomi tersebut, menunjukkan bahwa Korea Selatan mampu mencapai peningkatan dan kemajuan ekonomi, sehingga kepentingan nasional Korea Selatan telah berhasil dicapai.

#### *Peran Korean Wave Terhadap Perekonomian Korea Selatan*

Strategi-strategi yang telah dilakukan *Korean wave* tersebut membuka peluang bagi Korea Selatan untuk ikut eksis di pasar dunia dan peluang dalam menggencarkan persebaran industri kreatifnya ke negara yang akan menjadi target sasarannya. Sepanjang 2016-2018, industri kreatif memberikan sumbangan nilai ekonomi yang cukup signifikan melalui kegiatan ekspornya.

**Tabel 1.** Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018

Jenis Industri Kreatif (Dalam juta USD)	2016	2017	2018
Musik	442,566	512,580	564,236
<i>Broadcasting</i>	411,212	362,403	478,447
Animasi	135,622	144,870	174,517
Kartun	32,482	35,262	40,501
Game	3,277,346	5,922,998	6,411,491

Sumber: *Korea Creative Content Agency (KOCCA, 2019)*

Terkait kategori industri musik, tahun 2018 volume ekspornya meningkat 10,1% dari tahun sebelumnya, dan rata-rata kenaikan tahunan sebesar 12,9% dari 2016 hingga 2018. Untuk industri *broadcasting*, tahun 2018 meningkat sebesar 9,5 dan rata-rata kenaikan tahunan sebesar 7,9%. Untuk industri animasi, tahun 2018 tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 20,5% dengan rata-rata kenaikan tahunan sebesar 13,4%. Untuk industri kartun, volume ekspor meningkat 14,9% dari tahun sebelumnya, dan rata-rata peningkatan tahunan sebesar 11,7%. Terakhir, ekspor industri *game* meningkat sebesar 3,8%. Pendapatan ekspor industri *game* merupakan pendapatan yang paling tinggi diantara pendapatan dari sektor industri kreatif lainnya. Peningkatan tersebut dikarenakan tingkat

distribusi *smartphone* terus meningkat di negara-negara berkembang, dan jaringan nirkabel berkecepatan tinggi 5G mulai didistribusikan di negara-negara maju (KOCCA, 2018).

**Tabel 2.** Peningkatan PDB dan PNB Korea Selatan Tahun 2016-2018

Per-kapita (dalam juta USD)	2016	2017	2018
PDB	15.000	16.233	17.252
PNB	29.394	31.734	33.564

Sumber: *Korean Foundation for International Cultural Exchange*

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya, pendapatan ekonomi Korea Selatan semakin meningkat. Peningkatan pendapatan ekonomi Korea Selatan tersebut mendapat sumbangsih besar salah satunya dari industri kreatif Korea Selatan. Industri kreatif Korea Selatan yang terdiri dari lima kategori, yaitu musik, *broadcasting* (film dan drama), kartun, animasi, dan *game* yang diekspor ke berbagai negara dan mendapat respon yang positif dari masyarakat internasional. Hal tersebut menjadikan perekonomian Korea Selatan semakin berkembang dan meningkat setiap tahunnya. Melalui kegiatan ekspor industri kreatif yang dilakukan pemerintah Korea Selatan tersebut, menunjukkan keuntungan ekonomi yang didapat melalui ekspor di setiap tahunnya. Itu menjadi salah satu bukti bahwa indutri kreatif sebagai salah satu penyumbang perekonomian Korea Selatan yang tentunya dapat meningkatkan perekonomiannya menjadi semakin lebih maju. Dengan perekonomian yang maju, menunjukkan bahwa Korea Selatan berhasil mencapai kepentingan ekonominya dengan menggunakan *Korean wave* yang mempengaruhi ekspor industri kreatif Korea Selatan, khususnya di tahun 2016-2018.

## KESIMPULAN

Ekspor industri kreatif Korea Selatan ke berbagai negara menjadikan perekonomiannya semakin berkembang dan meningkat, hal tersebut menunjukkan adanya kepentingan nasional secara ekonomi yang dicapai melalui proses diplomasi publik. Dalam praktek persebaran industri kreatif melalui ekspor, pemerintah Korea Selatan membutuhkan strategi. Terdapat tiga langkah strategi yang digunakan *Korean wave* dalam ekspor industri kreatif Korea Selatan. Strategi pertama, berupa upaya pengembangan pertumbuhan domestik melalui pengembangan SDM, pembangunan infrastruktur publik dan teknologi yang modern. Strategi kedua, yaitu berusaha menghubungkan Korea Selatan dan negara lain melalui pembentukan badan-badan khusus, seperti KOFICE, KOCIS, KOCCA, dan KCC yang memudahkan dalam mengakses informasi terkait industri kreatif. Strategi ketiga, yaitu menjadikan Korea Selatan aktif di kancah internasional, dimana *Korean wave* digunakan pemerintah Korea Selatan untuk membangun diplomasi dengan negara lain, serta mempromosikan dan menyebarkan industri kreatif lainnya. Pemerintah Korea Selatan cukup sering menyelipkan aspek *Korean wave* dalam beberapa agenda mereka. *Korean wave* memanfaatkan industri kreatif dengan kelima kategorinya, yaitu musik, *broadcasting* (drama dan film), animasi, kartun, dan *game* untuk meningkatkan pendapatan prekonomian pemerintah Korea Selatan melalui ekspornya. Industri kreatif Korea Selatan mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan pada sektor ekspor tersebut, sehingga

pendapatan perekonomiannya kian meningkat. Dengan begitu kepentingan nasional pemerintah Korea Selatan dapat terwujud melalui praktek diplomasi publiknya.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT dan kepada pihak-pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih kepada Ibu Ika Riswanti Putranti, A.Md.Ak., S.H., M.H., Ph.D selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah memberikan arahan dari masa awal kuliah dan berkenan untuk menguji skripsi ini, serta memberikan kritik dan sarannya. Terimakasih kepada dosen pembimbing 1 (satu) Ibu Dra. Rr. Hermini Susiatiningsih, M.Si dan dosen pembimbing 2 (dua) Bapak Fendy E. Wahyudi, SIP., M.Hub.Int. yang telah memberikan waktu, arahan, dan bimbingannya selama dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih juga kepada tim editorial *Journal of International Relations* Universitas Diponegoro (JIRUD) yang sudah berkenan untuk membantu penulis dalam proses penerbitan jurnal ini.

## REFERENSI

- CNN. (2017). *Kado Presiden Korsel Moon Jae In Untuk Kahiyang*. Dalam <https://www.google.com/amp/s/www.wowkeren.com/amp/berita/tampil/00184425.html> diakses pada 4 November 2021
- CNN Indonesia. (2018). *Grup K-pop Red Velvet Bagi Pengalaman Tampil di Pyongyang*. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180402143031-227-287599/grup-k-pop-red-velvet-bagi-pengalaman-tampil-di-pyongyang> diakses pada 5 November 2021
- CNN Indonesia. (2018). *Unicef Ungkap Alasan Memilih BTS Pidato di PBB*. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180925161956-234-333050/unicef-ungkap-alasan-memilih-bts-pidato-di-pbb> diakses pada 4 November 2021
- Doobo Shim. (2006). *Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia*, diakses dari <http://www2.fiu.edu/~surisc/Hybridity%20and%20the%20rise%20of%20Korean%20popular%20culture%20in%20Asia.pdf> Hal. 28-30 diakses 5 Agustus 2020.
- Firdani Khairina. (2019). *Analisis Peranan Korean Wave Sebagai Sarana Soft Diplomacy Terhadap Penyebaran Budaya Korea Selatan di Indonesia*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Global Times. (2019). *K-pop Band Exo Performs at S.Korea's Blue House for US President Donald Trump*. Dalam <https://www.globaltimes.cn/content/1156198.shtml> diakses pada 4 November 2021
- Holsti, K.J. (1987). *Politik Internasional Suatu Kerangka Analisis*. Bandung: Bina Cipta.
- KOCCA. (2018). *Korea Content Creative Agency: Introduction*. Dalam <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.kocca.kr/en/main.do&ved=2ahUKEwjJ3NL-g73xAhWLbisKHTckDhIQFjAPegQIOxAC&usg=AOvVaw2ZDtT01xN-qUqjOE2tL70S>. diakses pada 28 Juni 2021

- KOCIS. (2020). *Korea Culture and Information Service: Korean Culture Centers*. Dalam <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.kocis.go.kr/eng/main.do&ved=2ahUKEwjkwJzEhb3xAhXc6XMBHSRQCvoQFjABegQIBhAC&usg=AOvVaw2BwWcZMgLvAMfzvXT-2KpY>. Diakses pada 28 Juni 2021
- KOFICE. (2019). *Korea Foundation for Interational Cultural Exchane: What We Do*. Dalam [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eng.kofice.or.kr/what\\_we\\_do/what\\_we\\_do\\_6.asp&ved=2ahUKEwj3r4HHg73xAhXLSH0KHSCZBGYQFjAOegQIHBAC&usg=AOvVaw27IGsig1m57yIIIsu3RSuT5](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eng.kofice.or.kr/what_we_do/what_we_do_6.asp&ved=2ahUKEwj3r4HHg73xAhXLSH0KHSCZBGYQFjAOegQIHBAC&usg=AOvVaw27IGsig1m57yIIIsu3RSuT5). Diakses pada 28 Juni 2021
- Kompas. (2020). *Bagaimana K-pop dan K-Drama Pengaruhi Ekonmi Korsel?*. Dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/10/15/074500126/bagaimana-k-pop-dan-k-drama-pengaruh-ekonomi-korsel> diakses pada 25 Mei 2021 pukul 10.00
- Kompas. (2021). *Menikmati K-Drama dan Memahami Diplomasi Budaya Korea Selatan*. Dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/10/15/074500126/bagaimana-k-pop-dan-k-drama-pengaruh-ekonomi-korsel> diakses pada 25 Mei 2021 pukul 10.00
- Korea Creative Content Agency. (2019a). *Animation Industry White Paper*. South Korea: Korea Creative Content Agency.
- Korea Creative Content Agency. (2019b). *Broadcasting Industry White Paper*. South Korea: Korea Creative Content Agency.
- Korea Creative Content Agency. (2019c). *Cartoon Industry White Paper*. South Korea: Korea Creative Content Agency.
- Korea Creative Content Agency. (2019d). *Game Industry White Paper*. South Korea: Korea Creative Content Agency.
- Korea Creative Content Agency. (2019e). *Music Industry White Paper*. South Korea: Korea Creative Content Agency.
- Korean Culture and Information Service. (2016). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. South Korea: Korean Culture and Information Service of Ministry of Culture Sportand Tourism. Hal. 2.
- Kumparan. (2020). *8 Drama Korea yang Populer di Kalangan Fans Indonesia Sepanjang Masa*. Dalam <https://www.allkpop.com/article/2022/03/k-pop-listeners-debate-if-idol-music-quality-has-declined-recently> . Diakses pada 30 Maret 2022
- Norman J. Padelford & George A. Lincoln. (1960). *International Politics*. New York: The Macmillan Company.
- Pettisa Rustadi. (2012). *Korean Wave Sebagai Bagian Dari Diplomasi Korea Selatan Dilihat Dari Paradigma Realisme, Liberalisme dan Konstruktivisme*, Skripsi. Universitas Indonesia, hal 2.
- Plano, Jack C & Olton, Roy. (1990). *Kamus Hubungan Internasional*. Jakarta: CV Abid.

- Tri Hartati. (2015). *Hallyu Sebagai bentuk diplomasi Publik*. Skripsi. Universitas Indonesia, hal. 1
- Trisni Sofia dkk. (2016). *Pencapaian Kepentingan Korea Selatan Melalui Diplomasi Publik Korean Wave*. Hal. 135
- UNICEF. (2018). *We Have Learned Love Ourselves So Now I Urge You Speak Yourself*. Dalam <https://www.unicef.org/press-releases/we-have-learned-love-ourselves-so-now-i-urge-you-speak-yourself> diakses pada 5 November 2021