

**DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN DI INDONESIA
DALAM EKSPOR INDUSTRI KREATIF MELALUI *KOREAN
CULTURAL CENTER (KCC)***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun Oleh:

**ADELIA AZZAHRA
07041382025177**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN DI INDONESIA DALAM
EKSPOR INDUSTRI KREATIF MELALUI KOREAN CULTURAL CENTER
(KCC)**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh:

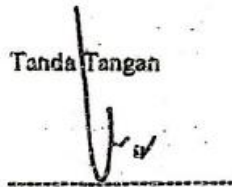
ADELIA AZZAHRA

07041382025177

Pembimbing I

1. Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
19600209 198603 1 004

Tanda Tangan



Tanggal

Pembimbing II

2. Yuni Pertamasari, S.IP., M.H.I.
19970603 202321 2 021



28/6/2024

**Mengetahui,
Ketua Jurusan,**

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003**



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN DI INDONESIA DALAM
EKSPOR INDUSTRI KREATIF MELALUI *KOREAN CULTURAL
CENTER (KCC)*

SKRIPSI
Oleh:

ADELIA AZZAHRA
07041382025177

Telah Dipertahankan di Depan Penguji
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 18 Juli 2024

Pembimbing:

1. Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
NIP. 196062091986031004
2. Yuni Pertomasari, S.IP., M.H.I.
NIP. 199706032023213021

Tanda Tangan



Penguji:


1. Ramdan Lamato, S.Pd., M.Si.
NIP. 199402132022031010
2. Muh. Nizar Sohyb, S.IP., MA.
NIP. 199301072023211022




Mengetahui,



Plt. Ketua Jurusan
Ilmu Hubungan Internasional,


Dr. H. Azhar, SH, M.Sc., LL.M.
NIP. 196504271989031003

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Azzahra
NIM : 07041382025177
Tempat dan Tanggal Lahir : Lubuklinggau, 09 Februari 2002
Program Studi/Jurusan : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia Dalam Ekspor Industri Kreatif Melalui *Korean Cultural Center*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.

Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Adelia Azzahra
NIM. 07041382025177

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“ALLAH TIDAK MENGATAKAN HIDUP INI MUDAH, TETAPI ALLAH
BERJANJI BAHWA SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ADA
KEMUDAHAN.”
(QS. AL-INSYIRAH 5-6)**

***“KEEP TRYING AND PRAYING, IT WILL PASS, EVERYTHING YOU’VE
GONETHROUGH IT WILL PASS, AND YOU’U BE FINE”***

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- 1. Kedua Orang Tua beserta keluarga**
- 2. Para Dosen Ilmu Hubungan Internasional**
- 3. For Myself**

ABSTRAK

Saat ini industri kreatif menjadi salah satu pemanfaatan dalam pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh Negara Korea Selatan. Bagi Korea Selatan, Indonesia merupakan negara yang memberikan keuntungan dari segi sumber daya alamnya. Oleh karena itu, Korea Selatan harus terus menjaga dan mengembangkan citra positifnya di Indonesia melalui kepopuleran *Korean Wave* atau Hallyu yang dimanfaatkan Korea Selatan dalam melakukan kegiatan Diplomasi Publik di Indonesia. Industri Kreatif dikenal dengan konsep yang berkembang dan menitikberatkan pada kreativitas sebagai modal utama untuk menghasilkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Korea Selatan menjadi salah satu fenomena perkembangan teknologi dan budaya yang berkembang pesat di Asia selama beberapa dekade terakhir, dan mampu melakukan strategi pembangunan dan kebudayaan yang efektif, yaitu melalui industri kreatifnya. Upaya yang dilakukan pemerintah Korea Selatan untuk mengembangkan popularitas Hallyu adalah dengan membangun Korean Cultural Center (KCC) di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. Dengan berbagai program yang diselenggarakan KCC mampu menyebarkan budaya Korea dan mendukung pertukaran budaya tradisional dan populer antara Korea dan Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Diplomasi Publik dengan berbagai instrumen yang ada seperti kerja sama dan Diplomasi Budaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif berdasarkan studi kepustakaan dan juga mencari literatur yang memiliki releasable dengan permasalahan penulis dalam mengkaji bentuk Diplomasi Publik Korea Selatan. Hasil penelitian ini mengacu pada bentuk Diplomasi Publik Korea Selatan yaitu melaksanakan Diplomasi Budaya untuk memberikan manfaat kepada negara Korea Selatan dalam mengembangkan industri kreatifnya.


Kata Kunci: *Korean Cultural Center*, Diplomasi Publik, Diplomasi Budaya, *Hallyu*, Industri Kreatif

Pembimbing I



Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
NIP. 196002091986031004

Pembimbing II



Yuni Pertamasari, S.IP., M.H.I.
NIP. 199706032023212021

Mengetahui,
Pft. Ketua Jurusan



Dr. H. Azhar SH., M.Sc., LL.M.
NIP. 196504271989031003

ABSTRACT

Currently, the creative industry is one of the uses in economic development carried out by South Korea. For South Korea, Indonesia is a country that provides benefits in terms of its natural resources. Therefore, South Korea must continue to maintain and develop its positive image in Indonesia through the popularity of the Korean Wave or Hallyu which South Korea uses in carrying out Public Diplomacy activities in Indonesia. Keatif Industry is known for its developing concept and emphasis on creativity as the main capital to generate economic growth and development. South Korea has become one of the phenomena of technological and cultural development that has developed rapidly in Asia over the last few decades, and is able to carry out effective development and cultural strategies, namely through its creative industry. Efforts made by the South Korean government to develop Hallyu's popularity are by building Korean Cultural Centers (KCC) in various countries, one of which is Indonesia. With various programs organized by KCC, it is able to spread Korean culture and support the exchange of traditional and popular culture between Korea and Indonesia. The theory used in this research is Public Diplomacy with various existing instruments such as cooperation and Cultural Diplomacy. This research uses a qualitative descriptive research method based on literature study and also looks for literature that is relateable to the author's problems in studying the form of South Korean Public Diplomacy. The results of this research refer to South Korea's form of Public Diplomacy, namely implementing Cultural Diplomacy to provide benefits to the South Korean state in developing its creative industry.

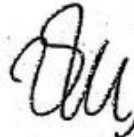
Keywords: *Korean Cultural Center, Public Diplomacy, Cultural Diplomacy, Hallyu, Creative Industry*

Pembimbing I



Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
NIP. 196002091986031004

Pembimbing II



Yuni Pertamasari, S.IP., M.H.I.
NIP. 199706032023212021

Mengetahui,
Plt. Ketua Jurusan



Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.
NIP. 196504271989031003

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN DI INDONESIA DALAM EKSPOR INDUSTRI KREATIF MELALUI KOREAN CULTURAL CENTER”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan sarjana dan untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Pada kesempatan yang baik ini, penulis hendak menyampaikan bahwa segala apa yang telah dicapai penulis hingga pada di titik ini tidak lepas dari karunia yang Allah Ta’ala berikan dan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Papa Indra Gunawan dan Mama Nazra serta keluarga, terima kasih atas segala doa-doa yang tiada henti-hentinya dilangitkan, terima kasih sudah mencurahkan segenap perhatian, dukungan, kasih sayang, cinta yang besar, inspirasi yang selalu diberikan, dan terima kasih selalu ada.
2. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, SE. M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Dr. Ir. H. Abdul Najib, MM., selaku dosen pembimbing I, yang telah memotivasi, membimbing, memberikan arahan serta saran, dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Miss Yuni Permatasari, S.IP., M.H.I., selaku dosen pembimbing II, terima kasih atas setiap motivasi dan support, memberikan arahan dan saran dengan baik, ketersediaan waktu, serta kepercayaannya kepada penulis untuk terus semangat dan mau berkeinginan menyelesaikan dengan baik skripsi ini.
8. Bapak Ramdan Lamato, S.Pd., M.Si., selaku dosen penguji I, atas bimbingan dan arahnya kepada penulis sehingga membuat isi skripsi ini menjadi lebih baik.
9. Bapak Muh. Nizar Sohyb, S.IP., MA., selaku dosen penguji II, atas arahan dan sarannya kepada penulis untuk dapat menjadikan skripsi ini lebih baik.
10. Bapak Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA., selaku dosen pengampu, atas bimbingan selama masa perkuliahan serta arahan dan saran kepada penulis saat memulai mengerjakan skripsi ini.
11. Segenap Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih penulis ucapkan karena telah memberikan pengajaran terbaik, serta memberikan penulis bekal ilmu pengetahuan, dan wawasan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
12. Para staf Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, terima kasih atas bantuannya selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Sriwijaya.
13. Kepala UPTD BPSMB Dinas Perdagangan Provinsi Sumsel, Bapak Alfian Aridipa, SP., MM., kemudian Yuk Dwi Novita Sari dan Kak Amiral, terima kasih sudah memperkenalkan penulis selama satu semester untuk dapat melaksanakan magang

dan merasakan pengalaman magang yang seru dan berkesan serta memberikan bimbingan dan ilmu tentang dunia kerja.

14. Teman-teman Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UNSRI Angkatan 2020 terkhusus untuk teman-teman Kelas A Palembang yang menjadi bagian sejarah kehidupan penulis dalam melalui perjuangan suka maupun duka selama masa perkuliahan.
15. Teman-teman Pejuang Toga, Apriliany Pratami Rizki, Selvi Try Karlina, Refi Mariska, atas segala semangat dan selalu memberikan bantuan, apresiasi, juga tempat berkeluh kesah selama masa perkuliahan.
16. Teman-teman semasa sekolah, teman SMP maupun SMA yang selalu membersamai penulis sampai saat ini, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada penulis.
17. Teman-teman dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah ambil bagian di dalam perjuangan penulis selama menempuh pendidikan hingga sampai saat ini.
18. *For myself*, Adelia Azzahra, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya untuk mau bertahan sampai saat ini, terima kasih sudah mau berusaha mengendalikan diri, menahan sabar, ego, tetap kuat dan tidak berputus asa atas pencapaian dalam menyelesaikan skripsi ini, *so proud of you*, Adel. Untuk kedepannya ayo berkembang lebih baik lagi dan lagi, *you've been great for getting this far, someday you'll find that you're brighter than the stars. Just be strong, be brave, and be confident.*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun guna

menjadikan skripsi ini lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan para pihak yang membutuhkan. Cukuplah Allah sebagai penolong kita dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung. Aamiin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, 28 Juni 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adelia Azzahra', with a long horizontal stroke extending to the right.

Adelia Azzahra

NIM 07041382025177

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	17
2.2.1 Diplomasi Publik.....	17
2.2.2 Diplomasi Kebudayaan.....	20
2.2.3 Industri Kreatif.....	22
2.2.4 Kepentingan Nasional	24
2.3 Alur Pemikiran	26
2.4 Argumentasi Utama.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penulisan	28
3.2 Desain Konsep.....	28
3.2.1 Diplomasi Publik.....	28

3.2.2	Diplomasi Budaya	29
3.2.3	Industri Kreatif.....	29
3.2.4	Kepentingan Nasional	30
3.3	Fokus Penulisan	31
3.4	Unit Analisis.....	34
3.5	Jenis dan Sumber Data	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Teknik Keabsahan Data	35
3.8	Teknik Analisa Data	35
BAB IV	GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	36
4.1	Hubungan Diplomasi Korea Selatan dan Indonesia.....	36
4.2	Industri Kreatif Korea yang Dimanifestikan Melalui Diplomasi Publik	38
4.3	Diplomasi Publik Korea Selatan Melalui <i>Korean Cultural Center</i>	42
4.2.1	Sejarah dan Perkembangan Budaya Korea (<i>Hallyu</i>)	42
4.2.2	<i>Korean Cultural Center</i> dan Didirikan di Indonesia	46
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1	<i>Advocacy</i>	50
5.1.1	Usaha Komunitas Ekspor Industri Kreatif KCC Dalam Menyebarkan Kepentingan Terkait Terhadap Masyarakat Indonesia	50
5.2	<i>Broadcasting</i>	53
5.2.1	Mempromosikan Konten Budaya Korea Melalui Program <i>Honorary Reporters</i> (HR) 2023.....	53
5.2.2	Mempromosikan Industri Kreatif Korea Melalui Laman Resmi KCC	55
5.3	<i>Public Relation</i>	56
5.3.1	Mengadakan Pameran Hanbok Korea 360 di Jakarta 2022	56
5.4	Kerja Sama	58
5.4.1	Mengadakan <i>Korean Culture Day: Museum Unik di Korea Bersama Korean</i> <i>Tourism Organization (KTO)</i>	58
5.4.2	Menyebarkan Konten Budaya Korea di <i>Comic Con Pop Asia 2023</i>	60
5.4.3	Menggelar Program <i>Year End Hallyu Roadshow 2023</i>	61
5.5	Diaspora	62
5.5.1	Promosi <i>K-Food</i> Melalui Konten Mukbang Oleh Diaspora Korea	62
5.6	<i>Exchange</i>	64
5.6.1	Menggelar <i>Fashion Show</i> Perpaduan Hanbok dan Batik di Indonesia.....	64

5.7 Diplomasi Budaya.....	66
5.7.1 Menggelar Acara K-Festival 2022 di Jakarta.....	66
5.7.2 Mengadakan Festival Tahunan: Korea-Indonesia Film Festival 2023.....	68
5.8 Ekspor Industri Kreatif Budaya Korea Selatan di Indonesia	70
BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Hiburan Korea yang Disukai Responden di Indonesia (Juni 2022)	5
Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu	11
Tabel 3 1. Fokus Penulisan	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur Pemikiran.....	26
Gambar 2 Penyerahan Sertifikat Best KCC (KCC Indonesia).....	48
Gambar 3 Perayaan Anniversary 5 Tahun Hansarang Club Palembang	52
Gambar 4 Akun Instagram dan Akun Twitter Resmi KCC Indonesia	55
Gambar 5 Kolaborasi Hanbok Tradisional dan Bahan Batik.....	65
Gambar 6 KIFF tahun 2023 diselenggarakan selama empat hari pada tanggal 19-22 Oktober di 4 kota.....	69
Gambar 7 Video Klip Grup TXT di Bali.....	71
Gambar 8 Blackpink & BTS as Tokopedia's Brand Ambassador 2021	72
Gambar 9 CGV Cinemas di Indonesia.....	73

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Minat Pencarian Web dari Kata Kunci K-Pop, K-Drama, Budaya Korea, dan Korea Selatan di Indonesia	4
Grafik 2 Peningkatan Jumlah Penggemar Hallyu 2014-2022.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan kemajuan zaman yang ada dan derasnya arus globalisasi, negara menghadapi banyaknya peluang maupun tantangan dalam ranah Hubungan Internasional. Dunia memang bergantung satu sama lain karena adanya globalisasi. Pada era globalisasi ini, kemajuan teknologi serta informasi menjadi sangat pesat, juga memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi dengan mudah. Dengan adanya globalisasi ini membuat masing-masing negara bersaing dalam penyebaran dari pengaruh baiknya dalam bidang ekonomi, politik, maupun budaya. Hubungan Internasional, merupakan tempat antar negara dapat saling bekerja sama untuk mencapai kepentingan masing-masing negara, karena menjadi penting di era ketergantungan ini. Kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu hal yang harus dilindungi oleh negara. Dibawah naungan negara, masyarakat tentu berharap kebijakan pemerintah dapat menjaga kesejahteraan, mencegah krisis ekonomi, mendorong investasi, dan meningkatkan angka perdagangan. Adanya kerja sama membuat setiap negara dapat berkomunikasi dengan negara lain demi kepentingan negaranya. Pada awalnya, Hubungan Internasional mempelajari hubungan antar negara, karena negara merupakan pelaku utama dalam hubungan internasional. Negara menggunakan berbagai macam mekanisme proses yang melakukan tindakan dalam berinteraksi dengan negara lain. Proses ini, negara menggunakan diplomasi digunakan sebagai sarana untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara dalam berhubungan dengan negara-negara lain. (Setiawan, 2020). Adapun kerja sama internasional yang merupakan kerja sama internasional merupakan bukti adanya interaksi dalam Hubungan Internasional ini pun dijalankan bertujuan untuk meningkatkan hubungan yang dicapai

melalui tujuan nasional bilateral dan multilateral. Sedangkan dalam menjalankan kerja sama antar negara, kerja sama dengan negara lain harus dilandasi oleh interaksi yang saling menguntungkan (Rini & Putri, 2017).

Di masa sekarang, terdapat banyak negara berkembang didunia yang mengutamakan cara *soft diplomacy* daripada menggunakan cara *hard diplomacy* untuk memenuhi kepentingannya. Salah satu contoh dari *soft diplomacy* yang sering digunakan oleh suatu negara adalah Diplomasi Publik, yang salah satu indikator didalamnya yakni Diplomasi Budaya, yang merupakan diplomasi yang saat ini sedang tren. Budaya merupakan suatu ciri khas atau juga identitas yang melekat bagi suatu negara. Identitas ataupun gambaran sebuah negara dapat dibedakan dengan melalui ciri khas pada kebudayaannya. Dari ciri khas tersebutlah yang dapat memudahkan masyarakat dunia dalam mengenali suatu negara. Selain itu juga, lebih mudah oleh suatu negara untuk mempertahankan eksistensinya dalam di dunia Internasional. Dengan adanya Diplomasi Budaya ini yang merupakan praktek Diplomasi Publik, yang dimana pemerintah berupaya berinteraksi dengan masyarakat dari negara lain melalui penggunaan budaya sebagai sarana komunikasi komunikasi mereka serta membantu mewujudkan “*a foundation of trust*” dan timbulnya kepercayaan tersebutlah masing-masing negara mendapatkan manfaat dengan jangka yang panjang (Anindia, 2022).

Diplomasi publik merupakan upaya yang dilakukan dalam mengelola lingkungan internasional, aktor internasional terlibat dalam diplomasi publik melalui interaksi dengan masyarakat dari negara lain. Secara historis, diplomasi publik melibatkan hubungan antara pemerintah suatu negara dengan warga negara dari negara lain. Dengan adanya elemen yang tepat, dapat digunakan suatu negara tertentu dalam berdiplomasi yang dijalankan suatu negara dalam memperkenalkan budaya yang menjadi ciri khas serta melindungi kepentingan nasional dari negara tersebut. Dalam memutuskan alat untuk berdiplomasi

tersebut pun harus diselaraskan dengan kompetensi yang dimiliki suatu negara. Peran budaya dalam mencapai kesuksesan suatu negara menjadi indikator penting. Semakin maju kultur dan nilai-nilai budaya suatu negara, semakin berpengaruh negara tersebut terhadap negara-negara lain. Dalam konteks ini, penulis memilih diplomasi publik sebagai salah satu topik yang akan dibahas.

Beberapa waktu terakhir, Korea Selatan telah menjadi salah satu negara yang mengalami perkembangan pesat dan memiliki pengaruh signifikan tertarik untuk berdiplomasi secara publik. Kebudayaan Korea semakin dikenal di seluruh dunia, yang membuka peluang besar untuk memperluas eksistensinya dilingkungan internasional. Fenomena meningkatnya popularitas budaya populer Korea Selatan dikenal sebagai "*Korean Wave*", juga dikenal sebagai Hallyu. Bentuk dari adanya Diplomasi Budaya Korea Selatan yaitu adanya fenomena *Korean Wave* atau dapat disebut juga dengan *Hallyu* (한류) dalam Bahasa Korea, yang memiliki arti gelombang Korea dimulai pada tahun 1990-an munculnya fenomena gelombang Korea Selatan yang saat ini Korea Selatan melalui *Korean Wave* merupakan arus budaya Korea seperti *Korean Drama* dan *Korean Pop* menjadi salah satu negara yang berhasil mengenalkan atau mempromosikan budayanya ke dunia Internasional dan akibatnya, gelombang Korea tersebut diwujudkan sebagai tren budaya regional yang menandakan kepopuleran budaya Korea (Lee, 2011).

K-drama dan *K-pop* dari pertengahan tahun 1990 hingga 2000 membuat Korea Selatan terkenal sebagai budaya populer. Beberapa negara di Asia, termasuk Cina dan Jepang, telah merasakan dampak besar dari popularitas budaya Korea Selatan. Drama Korea seperti "What is Love" telah menarik perhatian penonton di Cina dan menduduki peringkat kedua dalam konten video impor. Di Jepang, drama "Winter Sonata" juga menjadi populer pada tahun 2003. Fenomena K-Wave, yang melibatkan boyband dan girlband seperti Girls Generation, Kara, dan Big Bang, terus berkembang hingga mencapai

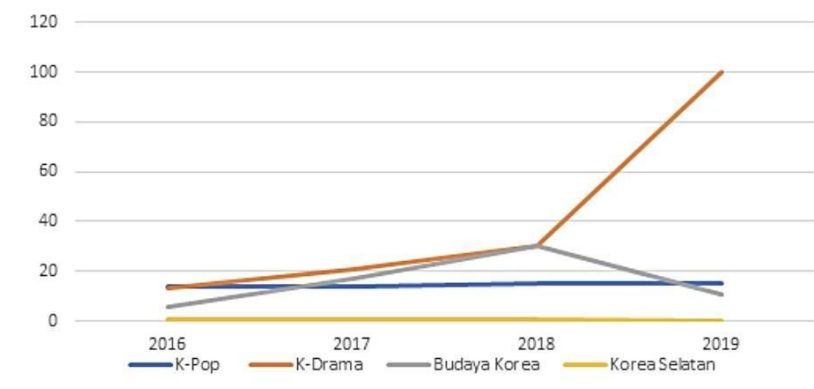
Amerika Latin dan Timur Tengah. Budaya Korea Selatan, terutama dalam bentuk teater dan musik, telah menyebar luas di seluruh dunia. Situs resmi pemerintah Korea melaporkan bahwa jumlah kelompok yang menyukai budaya Korea terus meningkat setiap tahun, dengan peningkatan 7% dalam jumlah organisasi penggemar dan 36% dalam keanggotaan. Total anggota organisasi penggemar K-Wave bahkan telah mencapai 100 juta orang. (Hallyu (Korean Wave) : Korea.Net : The Official Website of the Republic of Korea, 2019).

Sebagaimana yang dilakukan antara dua negara Asia yaitu Korea Selatan dan Indonesia. Korea Selatan dan Indonesia memiliki hubungan diplomatik selama lebih dari empat puluh tahun sejak kedua negara melakukan perjanjian pada Mei 1966 untuk membuka hubungan diplomatik tingkat konsuler. Pada tanggal 1 Desember 1966, Konsulat Jendral Korea didirikan di Jakarta, dan Konsulat Jendral Indonesia didirikan di Seoul pada tanggal 1 Juni 1968. Hubungan diplomatik tingkat konsuler, yang merupakan langkah pertama menuju hubungan kenegaraan resmi antara Korea Selatan dan Indonesia, memberikan banyak kesempatan bagi kedua negara untuk bekerja sama dalam berbagai bidang demi kepentingan masing-masing negara. Pada tanggal 18 September 1973, hubungan kedua negara menjadi lebih erat dan mencapai tingkat diplomatik penuh (Yulia, 2013). Korea Selatan dan Indonesia menjalin hubungan dan kerja sama bilateral sebagai bagian dari upaya memenuhi kebutuhan nasional dan pertahanan negara dalam menghadapi era globalisasi.

Gelombang Korea mengacu pada popularitas budaya Korea Selatan yang memiliki pengaruh signifikan meningkat di seluruh dunia. Kecintaan terhadap budaya Korea dimulai di Tiongkok dan Asia Tenggara sejak akhir tahun 1990-an. *Korea Tourism Organization* pada tahun 2004 mendefinisikan *Hallyu* sebagai fenomena baru di Korea Selatan yang telah merambah berbagai negara seperti China, Jepang, Singapura, Indonesia, Vietnam,

Thailand dan negara-negara lain di Asia Tenggara bahkan hingga ke Benua Eropa dan Amerika. Masuknya Pop Korea (*K-Pop*), Drama Korea (*K-Drama*) dan Film (*K-Film*) ke negara-negara tersebut menandai dimulainya popularitas budaya Korea (Kim, 2020). Adapun dampak besar yang muncul akibat dari adanya fenomena *Korean Wave* ini yaitu dari fenomena *Korean Wave* pemerintah Korea Selatan yang sudah berhasil menumbuhkan minat para penggemar mancanegara terhadap berbagai macam budaya maupun pendidikan yang ada di Korea Selatan karena pengaruh besar yang sudah diberikan dari *Korean Wave* terhadap para penggemarnya untuk dapat menyukai berbagai hal yang terkait dengan Korea Selatan seperti drama, fashion, musik, maupun masakan ataupun makanan khas Korea atau lebih dikenal dengan *Korean Food* (*K-Food*).

Grafik 1. Minat Pencarian Web dari Kata Kunci K-Pop, K-Drama, Budaya Korea, dan Korea Selatan di Indonesia



Sumber: Google Trends

Drama Korea (*K-Drama*) menjadi favorit di antara penonton Indonesia karena sering kali memiliki produksi yang lebih baik dibandingkan dengan drama-drama Indonesia. Pada umumnya *K-Drama* memiliki tema yang jelas dan ditulis berdasarkan penulisan. *K-Drama* berdurasi 16 sampai 20 episode, yang menunjukkan bahwa cerita disampaikan dengan singkat dan jelas. Drama Korea juga tidak begitu panjang seperti sinetron Indonesia. Penonton Indonesia menyukai *K-Drama* karena ceritanya yang

biasanya romantis dan alurnya yang santai. Industri musik Korea Selatan, yang juga dikenal sebagai K-Pop, telah memasuki pasar musik Indonesia dan memiliki pengaruh yang signifikan. Sejak tahun 2011, K-Pop semakin berpengaruh di Indonesia. Pada tahun 2012, konser pertama artis Korea Selatan, Super Junior, diadakan di Indonesia. Pentingnya penggemar musik K-Pop di Indonesia terlihat dari penyelenggaraan konser ini. Sebagai hasilnya, Indonesia menjadi salah satu negara yang wajib dikunjungi oleh artis Korea Selatan selama tur album mereka. Menurut Adib Hidayat, seorang pengamat musik dan editor in chief majalah Rolling Stone, efek visual dari penampilan musisi Korea Selatan berkontribusi pada tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap band dan musisi asal Korea Selatan.

Tabel 1. 1 Produk Hiburan Korea yang Disukai Responden di Indonesia (Juni 2022)

No	Nama	Nilai / Persen Responden
1	<i>K-Drama</i>	74,6%
2	<i>K-Pop (Boyband)</i>	68,1%
3	<i>K-Pop (Girlband)</i>	62,5%
4	<i>Aktor Korea</i>	54,8%
5	<i>K-Movie</i>	50,8%
6	<i>Aktris Korea</i>	47,4%
7	<i>Penyanyi solo</i>	42,1%
8	<i>Reality show</i>	36,5%
9	<i>Band</i>	31,5%
10	<i>K-Hip Hop</i>	20,1%
11	<i>K-R&B</i>	15%
12	<i>K-Indie</i>	14,4%

Sumber: diolah oleh penulis melalui Katadata Insight Center (KIC)

Industri hiburan Korea Selatan menjual produknya dengan sukses di banyak negara, termasuk Indonesia. Serial drama Korea atau drama Korea adalah produk yang paling

disukai di Indonesia. Hanya 62% hingga 68% orang yang menjawab survei menyukai K-Pop, dan 74,6% menyukai K-Drama. Selain itu, ada individu yang menyukai jenis hiburan Korea Selatan lainnya, seperti reality show, K-Hip Hop, K-R&B, dan K-Indie, tetapi porsi mereka jauh lebih kecil daripada yang ditunjukkan pada grafik. Survei ini dilakukan secara online pada 1.609 orang Indonesia yang menyukai hiburan Korea. Mayoritas orang yang menjawab berasal dari kelompok Gen Z dan Milenial, dan mereka tersebar di seluruh Indonesia, dengan mayoritas di Pulau Jawa. Jumlah penggemar Hallyu mencapai 178.825.261 pada tahun 2022, yang merupakan hampir 179 juta orang di seluruh dunia yang menikmati konten dan karya seni Korea Selatan. Data tersebut diperoleh dari Analisis Status Global Hallyu 2022, yang dilakukan setiap tahun oleh Korea Foundation. Menurut laporan Korea JoongAng Daily pada Jumat, 24 Maret 2023, jumlah fans Hallyu di seluruh dunia mencapai 156 juta, peningkatan signifikan dari angka tahun 2021.

Hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan dapat dilihat dari perspektif teori liberal. Dalam kerjasama ini, tujuan program yang dijalankan oleh kedua negara sesuai dengan asumsi liberal yang menekankan demokrasi dan saling ketergantungan untuk mencapai kebebasan dan kesejahteraan individu. Selain itu, ketergantungan ekonomi antara kedua negara melalui hubungan perdagangan juga merupakan cara untuk mencapai integrasi dan memperjuangkan kepentingan nasional masing-masing tanpa menimbulkan konflik. Pendekatan liberalisme institusional juga menekankan pentingnya negara-negara bekerja sama dan membentuk institusi guna mencapai tujuan bersama, terutama dalam konteks perekonomian. Kerjasama di bidang industri kreatif antara Indonesia dan Korea Selatan dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak, sehingga tidak merugikan Indonesia (Ivan, 2021).

Untuk memperkenalkan dan mempromosikan realisasi kepentingan budaya Korea Selatan terhadap Indonesia, Korea Selatan telah melakukan upaya mendirikan dan

meresmikan *Korean Cultural Center* (KCC) yang dibuka oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea pada tanggal 18 Juli 2011. Pusat kebudayaan berfungsi sebagai jembatan antara Korea dan Indonesia melaksanakan pertukaran budaya secara *online* dan *offline*. Lokasinya strategis untuk Diplomasi Publik karena populasinya mengambang dan aksesnya mudah. KCC menyediakan aula untuk 180 kursi sehingga mudah untuk pertunjukan kecil, seminar, dan kegiatan kelompok dalam ruangan. Perpustakaan KCC melengkapi banyak buku, CD, dan DVD tentang budaya Korea. Selain itu, KCC menampilkan penampilan dan video musik bintang K-pop dengan TV 3D berkualitas tinggi di IT Show Room. Lokasi KCC tidak hanya terbatas di KCC saja, tetapi juga praktek KCC di Jakarta dan luar Jakarta, namun tetap saja Jakarta merupakan daerah utama praktek KCC. (Korean Cultural Center Indonesia, 2011). Pusat budaya terbuka ini akan memudahkan masyarakat dalam menyikapi dan menikmati budaya Korea yang salah satunya adalah Negara Indonesia. Diplomasi Publik Korea Selatan melalui KCC (Korea Cultural Center) disajikan melalui berbagai acara yang beragam, dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat Indonesia yang memiliki minat tinggi terhadap budaya Korea seperti drama, fashion, musik, maupun berbagai makanan yang sedang populer di Indonesia.

Pada penulisan ini, penulis mengangkat topik tersebut dikarenakan ketertarikan penulis terhadap pesatnya kemajuan Korea Selatan yang disebabkan oleh *Korean Wave* atau *Hallyu* di tingkat internasional, terutama di Indonesia. Festival tiap tahun yang diadakan KCC, yang digunakan Korea Selatan sebagai alat diplomatik untuk memenuhi kepentingan nasional, yang dianggap berkontribusi pada keberhasilan ini. Korean Festival dianggap dapat berfungsi sebagai sarana dalam berbagi informasi tentang budaya suatu negara, yang pada gilirannya dapat memengaruhi cara masyarakat suatu negara melihat negara lain. Budaya, yang merupakan bagian dari identitas nasional, dapat digunakan

untuk membantu negara saling memahami melalui diplomasi budaya, yang merupakan bagian dari diplomasi publik. Sejak tahun 2013, Korea Selatan dan Indonesia telah menjalin kerja sama di bidang industri kreatif melalui *Korean Cultural Center (KCC)* memulai kerjasama dengan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia serta Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan. Pada tahun 2016, Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan juga menandatangani MoU di bidang industri kreatif. Melalui kerjasama ini, masyarakat Indonesia semakin mudah menikmati budaya Korea Selatan dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang dapat dengan mudah menonton drama Korea melalui stasiun televisi nasional. Lagu K-Pop juga dapat didengar dengan mudah baik di televisi maupun di tempat umum yang sering memutar lagu K-Pop. Pemerintah Korea Selatan dan Indonesia bekerja sama dalam industri kreatif sehingga *Korean Wave* menjadi populer di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Korea Selatan merupakan salah satu negara di Asia yang cukup terkenal secara internasional dengan maraknya budaya yang ada di negara tersebut. Fenomena ini dimanfaatkan oleh pemerintah Korea Selatan dan mencoba melakukan diplomasi *soft power* dengan kebudayaannya sebagai alat utama berdiplomasi dalam sektor industri kreatifnya. Diplomasi semacam ini disebut Diplomasi Publik. Berdasarkan uraian tersebut yang sudah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang hendak diteliti ialah: ***Bagaimana Upaya Korean Cultural Center (KCC) Untuk Mendukung Kegiatan Diplomasi Publik Dalam Mendorong Ekspor Industri Kreatif Korea Selatan di Indonesia?***

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Pemerintah Korea menerapkan Diplomasi Publik melalui pusat kebudayaan *Korean Cultural Center* (KCC). Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, terdapat tujuan dari penulisan ini adalah agar dapat menganalisis lebih dalam serta mengetahui tingkat pencapaian kemajuan perekonomian Korea Selatan yang dilakukan *Korean Cultural Center* (KCC) dalam ekspor industri kreatif di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi pemerintah, akademisi, maupun mahasiswa dapat turut mengembangkan teori serta wawasan pada Ilmu Hubungan Internasional, terkhusus dalam kajian seputar Diplomasi Publik, juga sebagai bahan rujukan maupun referensi pada penulisan selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penulis berharap penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh penerapan bagi pemerintah suatu negara, terutama Indonesia dalam menemukan solusi terbaik untuk memenuhi kepentingan nasionalnya, dengan penerapan diplomasi publik sebagai alat instrumennya. Serta, dapat mengevaluasi upaya bagi Korea Selatan sebagai bahan acuan dalam menentukan dan mendukung kegiatan Diplomasi Publik terkhusus *Korean Cultural Center* dalam meningkatkan implementasi diplomasi publik untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aindhae. (2022, March 29). *BERGABUNGLAH SEBAGAI HONORARY REPORTER 2022 DI KOREA.NET!* Retrieved from <https://www.aindhae.com/2022/03/honorary-reporter-2022.html>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Anindia, A. (2022). DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI KOREAN CULTURAL CENTER DALAM PROGRAM HANBOK EXPERIENCE. *Moestopo Journal International Relations*, 63-76.
- Anwar, I. C. (2021, Januari 22). *Mengenal Penelitian Kualitatif: Pengertian dan Metode Analisis*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/mengenal-penelitian-kualitatif-pengertian-dan-metode-analisis-f9vh>
- Arifianti, R., & Alexandri, M. B. (2017). Aktivasi Sub Sektor Ekonomi Kreatif di Kota Bandung. *AdBispreneur*, 2.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bintang, I. (2023, 11 16). "YEAR END HALLYU ROADSHOW 2023", 10.000 KM PERJALANAN HALLYU DI INDONESIA DIMULAI. Retrieved from Saung Korea: <https://saungkorea.com/year-end-hallyu-roadshow-202310-000-km-perjalanan-hallyu-di-indonesia-dimulai/>
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. London and New York: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781315730844>
- Chung, J. T., Faruk, & Sutopo, O. R. (2023). Kegiatan Diplomasi Publik Korean Cultural Center di Perspektif Teori Kontemporer. *the English Department, Faculty of Humanities & Creative Industries, Petra Christian University*, 42-48.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press.
- Cull, N. J. (2019). *Public Diplomacy : Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Polity Press.
- Gilboa, E. (2008, Maret). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 55-77.
- (2019). *Hallyu (Korean Wave) : Korea.Net : The Official Website of the Republic of Korea*. Korea Selatan.
- Hansen, A. C. (1984). Public Diplomacy in the Computer Age. *New York: Praeger Special Studies, Praeger*, 2-5.

- Hong, E. (2014). *The Birth of Korean Cool: How one Nation is Conquering The World Through Pop Culture*. New York: Picador.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.
- HSC Palembang. (n.d.). *Hansarang Club Palembang*. Retrieved from <https://hansarangclubpalembang.blogspot.com/>
- I. K., & O. I. (2022). Basic Concepts Of Public Diplomacy. *Innovative Economy*, 13-19.
- Indonesia, K. C. (2021). *Upaya KCCI Menemukan Komunitas Hallyu Tersembunyi*. Retrieved from <https://id.korean-culture.org/id/486/board/232/list?pageNum=7>
- Istad, F. (2016). A Strategic Approach to Public Diplomacy in South Korea. *Korea's Public Diplomacy*, 49-56.
- Ivan. (2021). *Kerjasama Industri Kreatif Indonesia - Korea Selatan : Bersifat Bilateral dan Tak Merugikan*. krjogja.com.
- Jeon, J. S., & Suwanto. (2014). *Era emas hubungan Indonesia-Korea : pertukaran kultural melalui investasi dan migrasi*. Jakarta: Kompas.
- Jerusalem, M. I. (2023, 11 22). *Berbaur dalam Kehangatan Malam Ramah Tamah pada Hallyu Influencer Day 2023*. Retrieved from Korea.net: [https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=242383#:~:text=Pada%20tanggal%2010%20November%202023,dan%20Informasi%20Korea%20\(KOCIS\)](https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=242383#:~:text=Pada%20tanggal%2010%20November%202023,dan%20Informasi%20Korea%20(KOCIS)).
- Jin, S. S. (2008). STRATEGIC DIRECTIONS FOR THE ACTIVATION OF CULTURAL DIPLOMACY TO ENHANCE THE COUNTRY IMAGE OF THE REPUBLIC OF KOREA (ROK). *semanticscholar.org*, 15-16.
- Jiwandono, R. (2022). *Korea Festival 2022 Kembali Hadir Secara Offline, Ini Agenda Lengkapnya*. Indonesia: techverse.asia.
- Joang, C. H. (2005). Reading the “Korean Wave” as a Sign of Global Shift. *Korea Journal*, 45, 167.
- KCC. (2023, february 23). *Korean Culture Day "Museum Unik di Korea"*. Retrieved from Korean Cultural center: <https://id.korean-culture.org/id/1525/board/232/read/121018>
- KCC Indonesia. (2021, November 05). *Hanbok & Batik Fashion Show 2021*. Retrieved from Youtube Video: <https://www.youtube.com/watch?v=Q4KVZE6bnPE>
- KCC Indonesia. (2021, October 26). *Perpaduan Hanbok dan Batik di Atas Runway*. Retrieved from Korean Cultural Center: <https://id.korean-culture.org/id/1526/board/975/read/111668>

- KCC Indonesia. (2023, Juni 23). *Perkenalkan Konten Budaya Korea di "Comic Con Pop Asia"*. Retrieved from Pengumuman KCCI: <https://id.korean-culture.org/id/1526/board/975/read/124037>
- KCC Indonesia. (2024). *Pusat Informasi Kebudayaan Korea*. Retrieved from <https://id.korean-culture.org/id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Indonesia: Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Khomenska, I., & Ivashchuk, O. (2022). Basic Concepts Of Public Diplomacy. *Innovative Economy; No. 4 (2022)*, Innovative Economy; 13-19 : 2310-4864 ; 2309-1553 ; 10.37332/2309-1533.2022.4.
- Kim, J. Y. (2020). Rethinking media flow under globalisation: rising Korean wave and Korean TV and film policy since 1980s. *PhD thesis, University of Warwick*.
- KOREA.net. (2022). *2022 K-Festival in Indonesia opens with 'Annyeong Chukje'*. Retrieved from KOREA.net: <https://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=15524#none>
- KOREA.net. (2023). *Semua Tentang di "HANBOK KOREA 360"*. Retrieved from KOREA.net: <https://indonesian.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=16385>
- Korean Cultural Center Indonesia*. (2011). Retrieved from Indonesia Jakarta Korean Cultural Center: <https://id.korean-culture.org/id>
- Kumparan.com. (2021, June 6). *Acehkini Jalan-Jalan: Restoran Indonesia di Seoul, Lengkap Bakso dan Nasi Goreng*. Retrieved from Acehkini: <https://kumparan.com/acehkini/acehkini-jalan-jalan-restoran-indonesia-di-seoul-lengkap-bakso-dan-nasi-goreng-1vt9XIKBdTd/full>
- Kusrahmadi, S. D. (2005). KETAHANAN NASIONAL. 1. Retrieved from <https://staffnew.uny.ac.id/>
- Larakinanti, F. (2023, 03 02). *MENGENAL MUSEUM UNIK DI KOREA MELALUI ACARA KOREAN CULTURE DAY KCC INDONESIA*. Retrieved from Honorary Reporters: https://honoraryreporters.korea.net/projectGallery/newsContentsDetail.do?articlecate=1&board_no=7943&tpln=10&project_year=2022
- Lee, S. J. (2011). The Korean Wave: The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 85.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. The Foreign Policy Centre.

- Mardaningtias, M. R. (2023, 12 21). *3 Wartawan Kehormatan Asal Vietnam, Filipina, dan Indonesia Berbagi Kesan Menjadi HR 2023*. Retrieved from KOREA.net: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=226177&pageIndex=1>
- Margawati, A., Wijayanti, H. S., Faizah, N. A., & Syaher, M. I. (2020). Hubungan menonton video mukbang autonomous sensory meridian response, keinginan makan dan uang saku dengan asupan makan dan status gizi mahasiswa. *Jurnal Gizi Indonesia*, 102-109.
- Mark, S. (2009). A Greater Role for Cultural Diplomacy. *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, 1-51. Retrieved from <http://researchspace.auckland.ac.nz/handle/2292/2943>
- Mofa KR. (n.d.). *Ministry News*. Retrieved from <https://www.mofa.go.kr/eng/index.do>
- Mofa KR. (n.d.). *Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea*. Retrieved from <https://www.mofa.go.kr/eng/index.do>
- Morgenthau, H. J. (1951). *In defense of the national interest: a critical examination of American foreign policy*. New York: Knopf.
- Mori, S. (2006). JAPAN'S PUBLIC DIPLOMACY AND REGIONAL INTEGRATION IN EAST ASIA: USING JAPAN'S SOFT POWER. 30.
- Muzdalifa, F. P. (2023, 12 01). *Kemeriahan Acara Year End Hallyu Roadshow 2023 di Kota Malang*. Retrieved from KOREA.net: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=242960>
- Nuechterlein, D. E. (1976). National Interests and Foreign Policy: A Conceptual Framework for Analysis and Decision-Making. *British Journal of International Studies*, 246-266.
- Plano, J. C., & Olton, R. (1979). *The International Relations Dictionary*. England: Clio Press.
- Prameswari, F. (2022, Juli 6). *Industri Kreatif Korea Selatan bagi Perekonomian Negara*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/fahrisaprameswari4651/62c5261c297d685388195283/industri-kreatif-korea-selatan-bagi-perekonomian-negara>
- Pusparisa, Y. (2020, November 30). *Berkah Ekonomi Korea dari Demam Drakor Saat Pandemi*. Retrieved from <https://katadata.co.id>.
- R. A., & Putri, C. Y. (2017). Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia. *Transborders*, 1.
- Reading the "Korean Wave" . (n.d.).

- Sari, R. S. (2020). SELF IDENTITY PADA REMAJA PENGGEMAR KOREAN WAVE DI KOMUNITAS HANSARANG CLUB PALEMBANG. *Thesis (Undergraduate Thesis)*.
- Setiawan, A. (2020). *Pengantar Hubungan Internasional*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Siregar, A. U. (2023, November 03). *Pengalaman Eksklusif di Opening Night Korea Indonesia Film Festival 2023*. Retrieved from KOREA.net: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=241364>
- Suryani, I., & Nasution, D. (2023). Dukungan Pemerintah Korea Selatan Terhadap Penyebaran Korean wave. *Journal of Global Perspective*, 01-12.
- Telkom University. (n.d.). *Potensi Industri Kreatif*. Retrieved Desember 14, 2023, from <http://hilfans.staff.telkomuniversity.ac.id/potensi-industri-kreatif/>
- tokopedia. (2021, January 25). *2021, Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus: BTS dan BLACKPINK*. Retrieved from tokopedia: <https://tokopedia.link/x4iwQWeFFLb>
- Wang, J. (2006). *Public diplomacy and global business*. Retrieved from Journal of Business Strategy: Google Scholar
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan : Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang : Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Wiyono, E. W. (2024, January 04). *Membangun Hubungan Pertukaran Budaya Korea-Indonesia Melalui Program Wartawan Kehormatan Korea.net*. Retrieved from KOREA.net: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=244834>
- Yulia, N. R. (2013). DIPLOMASI KEBUDAYAAN REPUBLIC OF KOREA MELALUI FILM . *journal.uinjkt.ac.id*, 5-6.
- Zahidi, M. S. (2017). Korean Community as a Cultural Diplomacy of The Republic of Korea in Indonesia: A Case Study On KSCC Community. -*Journal of Social Science and Humanities Research*, 138-151.