

DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN MELALUI K-POP ERA MOON JAE IN

Citra Megawati Timbuleng¹, Djayadi Hanan²

^{1,2} Universitas Paramadina, Indonesia

E-mail : citratimbuleng@gmail.com

Kata Kunci

Diplomasi Publik,
Korean Wave, Korea
Selatan, K-Pop.

Abstrak

Pemerintah Korea Selatan sangat serius dalam meningkatkan citra dan menjalin hubungan internasional melalui diplomasi publik dan kebijakan luar negeri "for a global Korea". Kebijakan tersebut meliputi program Korean Wave yang mendukung teknologi seni, industri, dan pariwisata. Industri K-Pop merupakan bagian penting dari Korean Wave dan perkembangannya tidak bisa dipisahkan dari peran pemerintah. Krisis moneter global yang terjadi membuat pemerintah melihat potensi budaya Korea sebagai sektor pendukung ekonomi. Pada tahun 1998-2000, pemerintah Korea Selatan, agensi, dan perusahaan mempromosikan budaya Korea ke negara-negara seperti China, Jepang, dan Taiwan. Hasilnya, pada akhir tahun 2000-an, K-Pop dikenal secara global. Pemerintah memanfaatkan kesuksesan ini sebagai soft power dalam politik luar negeri. Pemerintah di era Moon Jae-In sangat aktif dalam pengembangan dan promosi budaya Korea, termasuk festival K-Pop internasional dan platform promosi seperti Korea Creative Content Agency (KOCCA). Keberhasilan ini diperkuat dengan pidato BTS di PBB pada 2018 yang menunjukkan pengaruh K-Pop bukan hanya dalam musik, tetapi juga dalam politik luar negeri.

Keywords

Diplomasi Publik, Korean
Wave, Korea Selatan, K-
Pop.

Abstract

The South Korean government is deeply committed to enhancing its image and fostering international relations through public diplomacy and foreign policy for a global Korea. This policy encompasses the Korean Wave program, which supports arts, industry, and tourism. The K-Pop industry is a crucial component of the Korean Wave, and its development is inseparable from the government's role. The global financial crisis prompted the government to recognize the potential of Korean culture as an economic support sector. During the years 1998-2000, the South Korean government, agencies, and companies promoted Korean culture in countries such as China, Japan, and Taiwan. As a result, by the end of the 2000s, K-Pop gained global recognition. The government leveraged this success as soft power in foreign policy. During Moon Jae-In's era, the government remained highly active in developing and promoting Korean culture, including international K-Pop

festivals and promotional platforms like the Korea Creative Content Agency (KOCCA). This achievement was further solidified by BTS's speech at the UN in 2018, demonstrating that the influence of K-Pop extends not only to music but also to foreign politics.

*Correspondent Author: Citra Megawati Timbuleng.
Email : citratimbuleng@gmail.com



PENDAHULUAN

Jurnal ini membahas peran Korea Selatan dalam menggunakan industri musik *K-Pop* sebagai alat diplomasi publik untuk mendukung kebijakan luar negeri mereka pada periode tahun 2017-2022. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai peran *Korean Wave*, khususnya industri musik *K-Pop*, dalam diplomasi publik Korea Selatan.

Diplomasi adalah instrumen yang penting dalam menjaga hubungan antara negara dalam mencapai kepentingan nasional. Diplomasi dapat membangun citra suatu negara dan membantu menjaga eksistensi dan stabilitas negara dalam berbagai bidang. Dalam hubungan internasional, diplomasi dapat dilakukan secara damai atau menggunakan ancaman atau kekuatan nyata jika diperlukan. Dalam proses diplomasi modern, isu-isu "*low politics*" seperti lingkungan dan hak asasi manusia menjadi perhatian penting.

Dalam diplomasi, terdapat dua jenis utama, yaitu *Soft Diplomacy* (penyelesaian damai melalui kebudayaan, bahasa, dan ekonomi) dan *Hard Diplomacy* (melalui agresi militer dan politik). *Soft power*, yang terkait dengan diplomasi publik, mengandalkan kekuatan menarik dan inspirasional untuk mempengaruhi orang lain melalui kecerdasan emosional, komunikasi persuasif, dan pengaruh budaya. Diplomasi publik merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah untuk mempengaruhi individu atau organisasi di luar negeri dengan cara yang positif, sehingga mengubah pandangan mereka terhadap suatu negara.

Korea Selatan telah berhasil menggunakan industri musik *K-Pop* sebagai alat diplomasi publik untuk mendukung kebijakan luar negeri mereka. *Korean Wave* atau *Hallyu* merupakan fenomena budaya di Korea Selatan yang meliputi berbagai produk budaya seperti drama televisi, *film*, musik *K-Pop*, *dance*, *video game*, makanan, *fashion*, pariwisata, dan bahasa. Kesuksesan *Korean Wave* dalam merambah pasar dunia telah mengubah citra positif Korea Selatan dan berdampak pada peningkatan ekonomi dan politik luar negeri negara tersebut.

Pemerintah Korea Selatan memiliki kebijakan "*for a global Korea*" yang mengedepankan program-program *Korean Wave* untuk mempromosikan kebudayaan Korea Selatan ke negara-negara lain. Industri musik *K-Pop* menjadi salah satu aspek penting dari *Korean Wave*. Pemerintah Korea Selatan bekerja sama dengan agensi dan perusahaan Korea Selatan dalam mempromosikan musik dan budaya Korea ke negara-negara lain, seperti China, Jepang, Taiwan, dan negara-negara Timur Tengah.

K-Pop bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga memiliki dampak politik luar negeri yang signifikan. Pemerintah Korea Selatan menggunakan *K-Pop* sebagai alat diplomasi

publik untuk mempererat hubungan dengan negara lain. Contohnya, ketika Presiden Moon Jae-In mengunjungi Timur Tengah, ia menyebut popularitas K-Pop di negara-negara tersebut dan mencatat bahwa BTS menjadi artis/grup musik yang paling sering diputar lagunya di Arab Saudi.

K-Pop juga memainkan peran penting dalam memperbaiki hubungan antara Korea Selatan dan Korea Utara. Pada tahun 2018, Red Velvet dan beberapa artis Korea Selatan lainnya menggelar konser di Pyongyang sebagai bentuk kerjasama antara kedua Korea. Hal ini merupakan konser pertama dalam sepuluh tahun terakhir yang melibatkan artis-artis Korea Selatan di Korea Utara. Selain itu, *K-Pop* juga memiliki pengaruh dalam kunjungan Presiden Moon Jae-In ke Indonesia, di mana konser dan promosi bisnis dilakukan untuk memperkuat hubungan bilateral.

K-Pop telah membantu Korea Selatan memperkuat citra mereka di mata dunia dan mempererat hubungan dengan negara lain. Keberhasilan ini membuktikan bahwa industri musik dapat menjadi alat diplomasi yang efektif dalam memperkuat hubungan luar negeri dan mempromosikan kebudayaan suatu negara.

Penelitian ini memberikan gambaran tentang peran pemerintah Korea Selatan dalam menggunakan *K-Pop* sebagai alat diplomasi publik dan mengevaluasi hasil yang dicapai melalui penggunaannya pada periode tahun 2017-2022. Studi ini juga memberikan manfaat dalam memahami diplomasi publik di Indonesia dan memberikan referensi untuk pengembangan diplomasi publik di negara lain.

KERANGKA PEMIKIRAN

Diplomasi

Dalam "Guide to Diplomatic Practice," Sir Ernest Satow menjelaskan bahwa diplomasi melibatkan penerapan intelijen dan kebijaksanaan dalam menjalankan hubungan resmi antara pemerintah dan negara-negara berdaulat. S.L. Roy menyatakan bahwa diplomasi adalah sebuah seni yang bertujuan untuk memajukan kepentingan suatu negara melalui upaya negosiasi yang damai dengan negara lain. Harold Nicolson menyampaikan pandangannya tentang diplomasi, mencakup aspek-aspek seperti politik luar negeri, negosiasi sebagai metode utama, mekanisme pelaksanaan negosiasi, peran institusi dinas luar negeri, dan keahlian yang dibutuhkan dalam melakukan negosiasi baik dalam situasi asosiatif maupun disosiatif.

Dari ketiga pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa diplomasi adalah seni yang melibatkan kecerdasan dan strategi untuk mencapai tujuan negara melalui hubungan resmi dengan negara-negara lain. Proses negosiasi menjadi inti dari diplomasi, dengan tujuan mencapai kesepakatan tanpa menggunakan kekerasan, memperkuat kepentingan nasional, dan memajukan hubungan antar negara.

Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan bagian dari *soft power* yang memegang peran penting dalam membangun hubungan dengan negara lain melalui pemahaman terhadap kebutuhan, budaya, dan masyarakat mereka. Mark Leonard menggambarkan diplomasi publik sebagai cara untuk berkomunikasi pandangan, mengoreksi mispersepsi, dan mencari kesamaan pandangan guna menciptakan hubungan yang lebih baik antar-negara (Leonard, 2022).

Nancy Snow menyoroti bahwa diplomasi publik berkaitan erat dengan kekuasaan, khususnya *soft power*, yang mencakup pengaruh tidak langsung melalui budaya, nilai, dan

ideologi. Diplomasi publik juga memiliki peran penting dalam membentuk citra suatu negara di mata dunia (Snow, 2009). Citra yang dibangun melalui diplomasi publik dapat meningkatkan kepercayaan negara lain terhadap potensi dan prestasi negara tersebut, yang pada gilirannya memberikan manfaat dalam kerjasama di berbagai bidang.

Kebijakan Luar Negeri

Kebijakan Luar Negeri merupakan rangkaian keputusan, nilai, dan tindakan yang diambil oleh suatu negara dalam berinteraksi dengan lingkungan eksternal dan pihak luar. Pemerintah memiliki peran krusial dalam proses ini sebagai aktor utama untuk mencapai tujuan dan nilai yang diinginkan negara. Upaya dalam kebijakan luar negeri mencakup interaksi dengan negara-negara lain dan pengendalian masyarakat dalam berhubungan dengan pihak luar.

Aron dalam karyanya "*Peace and War; A Theory of International Relations*" menyatakan bahwa tujuan utama dari kebijakan luar negeri adalah menghadapi ancaman dan aksi dari kompetitornya. Perspektif realis berpendapat bahwa dorongan utama dari motivasi manusia adalah perebutan kekuasaan, dan situasi ini menjadi dorongan kuat dalam mencapai tujuan kebijakan luar negeri suatu negara.

Diplomasi Kebudayaan

Diplomasi kebudayaan adalah bentuk *soft power* dan bagian dari diplomasi publik yang digunakan oleh suatu negara untuk mempromosikan dan melindungi kepentingan nasionalnya. Diplomasi kebudayaan mencakup berbagai aspek budaya seperti seni, bahasa, dan informasi. Kebudayaan memiliki sifat komunikatif yang dapat dengan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat dengan latar belakang budaya yang beragam. Oleh karena itu, diplomasi kebudayaan sering menjadi alat yang digunakan oleh banyak negara dalam menjalankan kebijakan luar negeri untuk mencapai kepentingan nasional mereka.

Dalam konteks diplomasi kebudayaan, hubungan antara dua bangsa dapat menjadi lebih dekat melalui pertukaran budaya, seni, bahasa, dan informasi. Pusat-pusat kebudayaan, seperti industri musik Korea Selatan atau *K-Pop*, telah menjadi alat yang efektif dalam menjalankan diplomasi kebudayaan. *K-Pop* telah berhasil menarik perhatian dan minat dari masyarakat internasional, sehingga mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat dan positif antara Korea Selatan dengan negara-negara lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan jurnal ini membicarakan tentang pemanfaatan budaya Korea sebagai alat diplomasi dalam mencapai kepentingan nasional negara tersebut. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengulas strategi diplomasi publik Korea Selatan, mulai dari kunjungan delegasi pada tahun 1888 hingga program pertukaran budaya pada periode 1970-1990. Di era modern, pemerintah Korea Selatan semakin fokus pada memperkuat citra negara secara internasional melalui *Korean Wave* atau industri musik *K-Pop* sebagai bentuk diplomasi.

Beberapa penelitian menyoroti dampak positif *Korean Wave* dalam mempromosikan diplomasi budaya Korea dan mengubah pemikiran serta gaya hidup masyarakat di luar Korea. Pemerintah Korea juga telah mengembangkan kebijakan budaya yang mendukung diplomasi publik dengan penekanan pada *soft power*. Perubahan ini sejalan dengan perubahan lingkungan domestik dan internasional.

Dalam menjalankan diplomasi publik, penting bagi Korea Selatan untuk membangun fondasi yang kuat dalam penilaian yang akurat terhadap citra nasionalnya.

Sebagai negara kekuatan menengah, Korea dapat memanfaatkan citra nasionalnya untuk meningkatkan pengaruhnya dalam urusan dunia. Diplomasi publik Korea Selatan juga telah mengalami perubahan lintasan dan bentuk seiring dengan perubahan lingkungan domestik dan internasional.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat di dunia global juga telah membuat persaingan untuk mendapatkan perhatian publik menjadi semakin penting. Oleh karena itu, Korea perlu mengikuti perkembangan tersebut guna meningkatkan daya saingnya di tingkat internasional.

Secara keseluruhan, jurnal ini membahas peran diplomasi publik dan kebudayaan Korea Selatan dalam mencapai kepentingan nasional negara tersebut. Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas diplomasi publik Korea, penelitian ini difokuskan pada industri musik *K-Pop* sebagai bentuk khas diplomasi kebudayaan Korea Selatan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang alamiah tentang fenomena dalam konteks sosial. Metode ini menekankan interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dan fenomena yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diamati.

Penelitian ini akan memperoleh data dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer akan diperoleh melalui wawancara dengan narasumber yang relevan dengan topik penelitian. Melalui wawancara ini, peneliti akan memperoleh perspektif dan pengalaman narasumber yang memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Selain itu, penelitian ini juga akan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen, jurnal, literature review, dan majalah. Data sekunder ini akan digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh melalui wawancara. Penggunaan data sekunder akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang topik penelitian dan memungkinkan peneliti untuk membandingkan dan mengonfirmasi temuan yang diperoleh dari data primer.

Dalam proses analisis data, peneliti akan menerapkan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini melibatkan penyusunan deskripsi yang rinci dan sistematis tentang fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Melalui analisis deskriptif, peneliti akan dapat mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antara data yang ada, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang fenomena yang sedang diamati.

Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial di mana fenomena tersebut terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti akan mempertimbangkan faktor-faktor sosial, budaya, dan historis yang dapat mempengaruhi fenomena yang diteliti. Dengan memahami konteks sosial ini, peneliti akan dapat menginterpretasikan data dengan lebih baik dan menghasilkan temuan yang lebih bermakna.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari wawancara dengan narasumber yang relevan dan pengumpulan dokumen, jurnal, literature review, serta majalah.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara alamiah dalam konteks sosial yang mendalam. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti dan menghasilkan temuan yang bernilai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Kebijakan Pemerintah Korea Selatan dalam Hallyu sebagai Alat Diplomasi (2017-2022)

Korea Selatan telah berhasil menyebarkan budayanya melalui industri hiburan seperti *K-drama* dan musik *K-Pop*, menciptakan *Korean Wave* di seluruh dunia. Budaya Korea Selatan, termasuk *game online*, kosmetik, *fashion*, animasi, dan makanan, semakin dikenal dan dipelajari dalam era *Hallyu 3.0*. Salah satunya Indonesia, dimana minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan sangatlah tinggi. Menurut portal berita Tempo, pada rentang tahun 2020 hingga 2021, dari 7,5 miliar cuitan yang membahas mengenai *K-Pop*, Indonesia menjadi negara dengan cuitan mengenai *K-Pop* terbanyak di dunia. Indonesia juga turut menduduki peringkat pertama daftar negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* di negara asalnya, yaitu Korea Selatan.

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia tidak membuat *Korean Wave* menjadi semakin surut, meskipun adanya pembatasan sosial dan protokol kesehatan. Pada masa pandemi, konser *K-Pop* dilakukan secara online dengan menggunakan teknologi virtual seperti Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR). Tidak hanya industri musik saja, namun juga *K-Drama* menjadi populer di masa pandemi, seperti *Squid Game* yang mendapatkan perhatian global, memuncaki peringkat di Netflix. Budaya Korea yang tercakup dalam drama tersebut, seperti permen *dalgona*, menjadi populer di seluruh dunia.

Hallyu, atau budaya pop Korea, berhasil menarik perhatian banyak orang di seluruh dunia. Strategi *K-Branding* digunakan untuk mempromosikan musik, drama, dan produk budaya Korea yang disukai oleh masyarakat global. Minat terhadap *K-Pop* juga mempengaruhi penjualan produk yang berhubungan dengan idolanya, seperti misalnya pakaian tradisional yang digunakan oleh beberapa idol di dalam video musik mereka.

Konsumsi *Korean Wave* oleh warga negara di seluruh dunia telah membuat Korea Selatan banyak melakukan perdagangan internasional, seperti mengekspor produk Korea ke luar negeri yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan dalam negeri. Salah satu penyumbang terbesar pendapatan nasional Korea Selatan adalah BTS, dimana pada tahun 2018 BTS berhasil menyumbangkan pendapatan nasional sebesar US\$ 4,65 miliar. Dan tidak hanya itu saja, berkat popularitas BTS membuat banyak turis asing tertarik untuk berkunjung ke Korea Selatan. Hal tersebut juga membantu dalam kemajuan budaya Korea Selatan di kancah internasional yang telah memberikan Korea tingkat ekonomi yang maju.

Musik *K-Pop* merupakan salah satu genre musik yang sangat populer di Indonesia, sehingga banyak produk terkait *K-Pop* yang dijual. Penjualan album fisik *K-Pop* sangat meningkat, mencapai 35 juta keping pada 2020. Dampak *Hallyu* sangat berdampak positif pada ekspor konten budaya Korea, terutama industri musik.

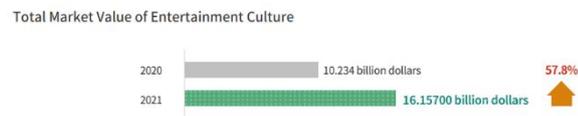
Dalam era kepemimpinan Moon Jae-In, *Hallyu* semakin ditingkatkan sebagai alat diplomasi untuk mempromosikan budaya Korea Selatan secara global. Dampaknya terlihat pada peningkatan ekspor konten budaya Korea, terutama industri musik, yang mengalami peningkatan 40,3% YoY dari tahun 2020 menjadi 9,405 miliar dolar AS pada tahun 2021.

Secara keseluruhan, kebijakan pemerintah Korea Selatan dalam *Hallyu* telah memberikan dampak positif dalam mempromosikan budaya Korea Selatan secara global, termasuk melalui industri hiburan seperti *K-drama* dan musik *K-Pop*. Budaya Korea Selatan, termasuk kuliner, telah mendapatkan popularitas di Indonesia dan negara lainnya. Meskipun pandemi Covid-19, *Korean Wave* tetap berjalan dan mendapatkan perhatian global.

	2020	2021	Rate of change
Import of Intellectual Property Rights on Music & Images	5.9 billion dollars	6.307 billion dollars	6.9%
Export of Intellectual Property Rights on Music & Images	6.704 billion dollars	9.405 billion dollars	40.3%

Gambar 4.2 Ekspor Industri Musik Korea 2020-2021

Dilihat dari *market value* terhadap budaya Korea juga terdapat peningkatan 57.8% dari tahun 2020 ke 2021.



Gambar 4.3 Market Value Budaya Korea 2020-2021

5.2 Kendala dan Tantangan Hallyu Selama Masa Pandemi

Pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan dunia secara keseluruhan, dengan pembatasan dan penundaan berbagai kegiatan. Dimana masyarakat melakukan seluruh kegiatan secara daring untuk sementara waktu. Hal ini menjadikan banyak perubahan terhadap industri *K-Pop*, dan para pelaku industri *K-Pop* menghadapi tantangan baru dalam mengadaptasi diri dengan situasi ini. Namun, industri ini menemukan solusi kreatif untuk tetap berinteraksi dengan penggemar dan mengadakan konser secara virtual. Konser virtual seperti Beyond Live yang diselenggarakan oleh SM Entertainment dan JYP Entertainment dengan platform VLive dan Naver menjadi alternatif yang sukses. Selain itu, aplikasi seperti Lysn dan Weverse memungkinkan penggemar untuk dapat berinteraksi langsung dengan idola mereka.

Pandemi juga mendorong pemerintah Korea Selatan untuk meluncurkan *Korean New Deal 2.0*. Pada acara Cheong Wa Dae di Seoul Juli 2021, Presiden Moon Jae-In menjelaskan bahwa *Korean New Deal* akan menjadi strategi baru dalam mengatasi Covid-19. Dimana bertujuan untuk mempercepat transisi ke teknologi digital dan energi hijau. Investasi pada industri masa depan dan sumber daya manusia menjadi fokus utama. Selain itu, dalam masa kepemimpinannya Presiden Moon Jae-in memilih grup musik BTS sebagai Duta Khusus Kepresidenan untuk Generasi dan Budaya Masa Depan, dengan harapan menginspirasi dan melibatkan kaum muda dalam isu global dan pertumbuhan berkelanjutan.

Meskipun ada pembatasan sosial dan protokol kesehatan, pemerintah Korea Selatan tetap berkomitmen untuk mendukung industri kreatif dan seni. Mereka mendorong inovasi dan digitalisasi konten terkait Hallyu. Dampak Hallyu tidak hanya terlihat secara ekonomi, tetapi juga dalam memperbaiki citra Korea Selatan sebagai negara yang kaya akan budaya dan kreativitas.

Dalam kesimpulannya, meskipun pandemi Covid-19 menghadirkan tantangan besar, industri K-Pop dan upaya pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan Hallyu sebagai instrumen diplomasi publik telah membuktikan keberhasilannya. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan popularitas budaya Korea, keuntungan ekonomi yang diraih, serta peran Korea Selatan dalam mempengaruhi citra global negara tersebut

KESIMPULAN

Industri musik K-Pop merupakan salah satu bagian dari produk Korean Wave atau Hallyu, sehingga penggunaan atau keikutsertaan musik K-Pop sebagai bagian dari instrumen diplomasi publik oleh pemerintah Korea Selatan selalu menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan produk budaya-budaya Hallyu lainnya. Keputusan untuk menjadikan Hallyu sebagai instrumen diplomasi publik bagi Korea Selatan sangat besar didasarkan pada manfaat-manfaat Hallyu yang dapat mencapai kepentingan nasional Korea Selatan, yaitu nation branding, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keamanan di Kawasan negara tersebut.

Nation branding telah mengubah rasa percaya masyarakat internasional ke arah karakter dan kepribadian masyarakat Korea, dimana sebelumnya masyarakat internasional menganggap warga Korea memiliki kepribadian yang arogan dan keras. Namun seiring dengan berkembangnya Hallyu di luar negeri, pandangan masyarakat internasional terhadap Korea Selatan menjadi ke arah lebih positif.

Oleh sebab itu, maka peluang Hallyu untuk menumbuhkan dan meningkatkan rasa percaya masyarakat internasional terhadap Korea Selatan sangat besar yang kemudian dapat meningkatkan popularitas produk-produk budaya Korea Selatan di luar negeri.

Sebagai hasilnya, peluang yang didapatkan menjadi sangat tinggi untuk menjadikan instrumen K-Pop sebagai bagian dari Hallyu untuk dijadikan sebagai instrumen diplomasi publik bagi pemerintah Korea Selatan untuk mencapai sasaran national interest-nya secara efektif.

REFERENSI

- Ayhan, K., Snow, N. Korea's Public Diplomacy. Seoul National University Press. 2016: 1-275.
- Bae, E., Chang, M., Park, E.S., & Kim, D.C. The Effect of Hallyu on Tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2017; 3(2): 1-12.
- Barros, M.T.O. The Hallyu Wave and Tourism in South Korea. *Memoria del Treball de Fi de Grau*. 2020; 1-25.
- Byong Jong Lee. History of Korea's Public Diplomacy from Message Dissemination to Relation Cultivation. 2019; 76-77.
- Castilho, V.B.D. South Korean Pop Style: The Main Aspects of Manifestation of Hallyu in South America. *Journal of Sociological Studies*, 2. 2015; 149-176.
- Dannita, S.A., Deniar, S.M. The Chaebol's Contribution on South Korea Nation Branding through Korean Wave. *Satwika*. 2017; 5(2): 317-336.
- Dewi, P.R.K. The Role of the Bali's Korean Pop Fandom in Supporting South Korea's Soft Power. *Indonesian Perspective*. 2021; 6(1): 103-117.
- Ganghariya, G. Proliferation of Hallyu Wave and Korean Popular Culture across the World: A Systematic Literature Review. *Journal of Content, Community & Communication*. 2000-2019; 11(6): 177-207.
- Herningtyas, R., Wardhanny, F.D.L. Korean Drama Liberalization? Political Economy of Product Placement Legalization for Foreign Companies in South Korea. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 2021; 518: 131-138. South Korea. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 2021; 518: 131-138.

- Hur, J.Y., Kim, T. Understanding Contraflow Pop-Culture Tourism: The Case of Transnational Fandom of South Korean Pop-Culture and the “Hallyu” Tourism. *Journal of Tourism Insights*. 2020; 10(4): 1-19. *Science Education and Humanities Research*. 2021; 518: 131-138.
- Hutauruk, Y.G., Salamah, U. Factors Influencing Youth Audience Involvement (A Study on BTS Fans Who Follow @army_indonesia Instagram Account). *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 2020; IX(2): 125-134.
- Istad, F. Two-Way Engagement in Public Diplomacy. *Asian Communication Research*. 2020; 17(3): 115-141.
- Jang, G., & Paik, W.K. Korean Wave as Tool for Korea’s New Cultural Diplomacy. *Advances in Applied Sociology*. 2012; 2(3): 196-202.
- Kim, S., Reijnders, S. Asia on My Mind: Understanding Film Tourism in Asia. *Perspectives on Asian Tourism*. 2018; 1-18.
- Kim, J.H., Kim, K.J., Park, B.T., Choi, H.J. The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention. *Sustainability*. 2022; 14: 1-30.
- Kim, J. Success without Design: Hallyu (Korean Wave) and Its Implications for Cultural Policy. *The Korean Journal of Policy Studies*. 2016; 31(3): 101-118.
- Lee, W.J. The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*. 2015; 8(11): 347-356.
- Lita, R., & Cho, Y.C. (2012). The Influence of Media on Attitudinal and Behavioral Changes: Acceptance of Culture and Products. *International Business & Economics Research Journal*, 11(12): 1433-1444.
- Nishihara, K. The Global Perspectives on the Contemporary Socio-Cultural Movements: The Korean Wave and the Transnational Movements in the Asia-Pacific Region. *Center for Global Studies Seijo University*. 2017; 1-54.
- Oh, S., Ahn, J.H., Baek, H. The Effects of Social Media on Music-induced Tourism: A Case of Korean Pop Music and Inbound Tourism to Korea. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2021; 25(1): 121-143.
- Otmazgin, N., Lyan, I. Hallyu across the Desert: K-Pop Fandom in Israel and Palestine. *Cross-Currents East Asian History and Culture Review*. 2013; 68-89.
- Pramadya, T.P., Oktaviani, J. “Hallyu” (Korean Wave) as Part of South Korea’s Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. *Dinamika Global*. 2016; 01(1): 87-116.
- Putri, V.K., Reese, M. The Impact of “Korean Wave” on Young Indonesian Females Indonesian Culture in Jabodetabek Area. *Business and Management Studies Journal*. 2016; 3(2): 35-53.
- Rahmaniah. Korean Wave as an Instrument of South Korean Public Diplomacy (Korean Wave sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan). *ResearchGate*. 2021; 1-8.
- Sa’adah, N., Suriya, N. The Genesis of the Phenomenon of Korean Wave (Hallyu) and its Influence on Youths in Malaysia: An Islamic Perspective. *Al-Itqan*. 2020; 2: 109-122.
- Safira, B.A., Badaruddin, M. Consuming Korea: Global Branding and Soft Diplomacy from the Lens of K-Drama Cyber Travelers. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*. 2020; 2(1): 24-38.
- Suryani, N.P.E. Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Global*. 2014; 16(1): 69-83.
- Trolan, J. A Look into Korean Popular Culture and Its Tourism Benefits. *International Journal of Education*. 2017; 2(30): 203-209.
- Walsh, J. Hallyu as a Government Construct: The Korean Wave in the Context of Economic and Social Development. *Yasue Kuwahara*. 2014; 1-2.
- Cho, Y.Y. Public Diplomacy and South Korea’s Strategies. *The Korean Journal of International Studies*. 2012; 10(2):1-7.

© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).