

## Turnitin Originality Report

Korean Wave : Apa Faktor yang Berkontribusi terhadap Kesuksesannya?  
Trisni

by Sofia



From Korean Wave : Apa Faktor yang Berkontribusi terhadap Kesuksesannya? (STtrial2)

- Processed on 17-Feb-2020 9:18 AM WIB
- ID: 1258536591
- Word Count: 4708

## Similarity Index

14%

## Similarity by Source

## Internet Sources:

11%

## Publications:

3%

## Student Papers:

9%

**sources:**

1

2% match (Internet from 11-Sep-2019)

<http://ajis.fisip.unand.ac.id/index.php/ajis/article/view/125>

2

2% match (Internet from 16-Feb-2020)

<http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=134924>

3

1% match (Internet from 15-Aug-2018)

[https://hal-hprints.archives-ouvertes.fr/hprints-01817946/file/japonski\\_soft\\_power.pdf](https://hal-hprints.archives-ouvertes.fr/hprints-01817946/file/japonski_soft_power.pdf)

4

1% match (Internet from 15-Jul-2019)

<https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/view/8269/0>

5

1% match (student papers from 31-Aug-2015)

[Submitted to Royal Holloway and Bedford New College on 2015-08-31](#)

6

1% match (Internet from 23-Apr-2019)

[http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_5664/contents.do](http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5664/contents.do)

7

1% match (Internet from 23-Sep-2018)

<http://iibfdergi.bartın.edu.tr/wp-content/uploads/2018/07/Bartın-Universitesi-IIBF-Dergisi-S.15.pdf>

8

&lt; 1% match (student papers from 21-Jan-2020)

[Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia on 2020-01-21](#)

- 9 < 1% match (student papers from 23-Oct-2019)  
[Submitted to Universitas Diponegoro on 2019-10-23](#)
- 
- 10 < 1% match (student papers from 15-Jun-2016)  
[Submitted to University of Malaya on 2016-06-15](#)
- 
- 11 < 1% match (Internet from 19-Jun-2019)  
<https://mangihot.blogspot.com/2017/01/pengertian-fanatisme-dan-konformitas.html>
- 
- 12 < 1% match (student papers from 01-Nov-2018)  
[Submitted to Trisakti School of Management on 2018-11-01](#)
- 
- 13 < 1% match (student papers from 28-Jun-2017)  
[Submitted to Ewha Womans University on 2017-06-28](#)
- 
- 14 < 1% match (student papers from 26-Jan-2017)  
[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2017-01-26](#)
- 
- 15 < 1% match (Internet from 17-Aug-2019)  
[https://mafiadoc.com/koreas-public-diplomacy-3eokindd\\_59f0416a1723dd0aaa865848.html](https://mafiadoc.com/koreas-public-diplomacy-3eokindd_59f0416a1723dd0aaa865848.html)
- 
- 16 < 1% match (Internet from 18-Dec-2016)  
<http://scholar.unand.ac.id/3482/1/ABSTRAK%20MIDWAL.pdf>
- 
- 17 < 1% match (student papers from 12-Jul-2019)  
[Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta on 2019-07-12](#)
- 
- 18 < 1% match (Internet from 20-Nov-2019)  
[http://sipa.jlu.edu.cn/\\_local/1/3B/6A/A3F46C8445645643A4894F7914C\\_1661D031\\_2107D1.pdf](http://sipa.jlu.edu.cn/_local/1/3B/6A/A3F46C8445645643A4894F7914C_1661D031_2107D1.pdf)
- 
- 19 < 1% match (Internet from 10-Aug-2019)  
<http://scholar.unand.ac.id/28338/>
- 
- 20 < 1% match (Internet from 24-Jan-2020)  
<https://www.scribd.com/document/407907748/Civilizational-Dialogue-and-World-Order-The-Other-Politics-of-Cultures-Religions-and-Civilizations-in-Inte-pdf>
- 
- 21 < 1% match (student papers from 14-Oct-2018)  
[Submitted to Riga Graduate School of Law on 2018-10-14](#)
- 
- 22 < 1% match (Internet from 26-Jan-2020)  
<https://whiendul.blogspot.com/2013/04/contoh-proposal-skripsi.html>

- 23 < 1% match (student papers from 19-Dec-2018)  
[Submitted to iGroup on 2018-12-19](#)
- 24 < 1% match (Internet from 10-Feb-2020)  
[https://archive.org/stream/AnalisisCSISVoltXXXICISIS/AnalisisCSISVoltXXXICISIS\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/AnalisisCSISVoltXXXICISIS/AnalisisCSISVoltXXXICISIS_djvu.txt)
- 25 < 1% match (Internet from 11-Dec-2019)  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Kim\\_Jong-il](https://en.wikipedia.org/wiki/Kim_Jong-il)
- 26 < 1% match (Internet from 14-Jun-2019)  
<http://superbandar66.com/link-login-qjoker-terbaru-dan-terupdate/>
- 27 < 1% match (Internet from 09-Feb-2019)  
<https://tradisionalin.com/tips-aman-dalam-memilih-mengonsumsi-obat-herbal/>
- 28 < 1% match (Internet from 11-Oct-2019)  
<http://repository.unpas.ac.id/35633/>
- 29 < 1% match (Internet from 24-Sep-2019)  
<http://repo.unand.ac.id/view/divisions/fisip02/NULL.html>
- 30 < 1% match (Internet from 26-Aug-2019)  
<https://www.kompasiana.com/jeniferpriscilla/55547db4b67e61871dba54ac/apakah-masih-ada-orang-baik-di-zaman-ini>
- 31 < 1% match (Internet from 14-Mar-2019)  
<http://fauzinoerwenda.com/tag/tipspublicspeaking/>
- 32 < 1% match (Internet from 30-Jul-2018)  
<https://zulkiflisasaja.files.wordpress.com/2017/11/penelitian-unsrat.pdf>
- 33 < 1% match (Internet from 01-Feb-2012)  
<http://digilib.uin-suka.ac.id/index.php/news/archives/category/gdl.php?mod=browse&op=read&id=digilib-uinsuka--chandratom-6745>
- 34 < 1% match (student papers from 11-Mar-2016)  
[Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2016-03-11](#)
- 35 < 1% match (student papers from 20-Dec-2012)  
[Submitted to Royal Melbourne Institute of Technology on 2012-12-20](#)
- 36 < 1% match (student papers from 27-Sep-2019)  
[Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta on 2019-09-27](#)

**paper text:**

Korean Wave : Apa Faktor yang Berkontribusi terhadap Kesuksesannya? Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani S, Ferdian Universitas Andalas Sofi\_hi01@yahoo.com Abstract Korean wave achieved its enormous success in all over the world. This success is utilized conscientiously by South Korean government with include

**6Korean wave as an element of its public diplomacy,**

although almost all supporting actors of Korean wave are non-state actors. This article aims to describe supportive factor(s)

**35contributes to the success of Korean wave**

in Padang, Indonesia. To reach this aim, we conducted survey to students of 10 universities in Padang with employing Nicholas J. Cull argument of element

**15of public diplomacy ; listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy dan international broadcasting. This**

article finds that international broadcasting through youtube, film, tv and social media is the shaping factor of Korean wave success in Padang. Keywords : Public diplomacy, Korean wave, non-state actor, Success factor Abstrak Korean wave mencapai sukses yang luar biasa di banyak negara. Keberhasilan ini dimanfaatkan oleh pemerintah dengan sangat jeli dengan cara memasukkan Korean wave sebagai elemen dalam diplomasi publik mereka, walaupun mayoritas aktor pendukungnya adalah aktor non negara. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan faktor yang mendukung

**29keberhasilan diplomasi publik Korean wave di kota Padang.**

**33Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis melakukan survei terhadap**

mahasiswa-mahasiswi penggemar Korean wave di 10 universitas di kota Padang dengan menggunakan argumen Nicholas J. Cull terkait elemen diplomasi publik

**16yaitu listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomcy dan international broadcasting. Penelitian kami menemukan bahwa**

international broadcasting merupakan faktor pembentuk keberhasilan Korean wave di kota Padang melalui youtube, film, tv dan sosial media. Kata Kunci: Diplomasi publik, Korean wave, aktor non-negara, faktor keberhasilan PENDAHULUAN Korean wave merupakan istilah yang pertama kali diberikan oleh media

Tiongkok terhadap meledaknya popularitas produk-produk budaya Korea Selatan di negara tirai bambu (J Gunjoo dan WK. Paik 2012 : 196). Korean wave sendiri meliputi berbagai macam produk seperti

**11drama televisi, film, musik populer (K-Pop), dance (B-boys), video games, makanan, fashion, pariwisata dan bahasa.** Istilah **Korean wave**

kemudian ikut populer seiring meningkatnya ketenaran produk-produk budaya Korea Selatan keseluruhan dunia. Tercatat bahwa booming Korean wave menjalar mulai dari Tokyo, Taipei, Asia Tenggara, Timur Tengah dan Afrika (Cheng 2008 : 76). Tidak hanya itu saja, mulai tahun 2013 yang lalu, tiga buah drama Korea dibeli oleh produsen dari Eropa untuk ditayangkan di benua biru tersebut (Parc dan Moon, 2013 : 126), fenomena yang dapat saja diartikan sebagai telah terambahnya pasar Eropa oleh Korean wave. Indikasi lain dari keberhasilan Korean wave juga terlihat dari minat masyarakat dunia dalam menikmati produksi budaya negara ginseng ini. Sebut saja sebagai contoh video Gangnam Style dari Psy yang diunggah ke youtube 6 tahun yang lalu telah ditonton sebanyak 3.1 miliar kali. Angka ini jauh melampaui video Hello dari Beyonce yang diunggah 8 tahun yang lalu, yang hanya mencapai jumlah penonton sebanyak 689 Juta. Contoh sukses ini hanyalah sebuah contoh kecil dari boomingnya Korean wave, masih terdapat produk drama, dance dan fashion yang juga ikut meraup sukses yang besar. Di Indonesia umumnya dan Padang khususnya, demam Korean wave juga terlihat nyata. Dengan mengetikkan kata kunci “drama korea”, “K-pop di Indonesia”, “festival Korea di Indonesia” pada mesin pencari, akan langsung muncul banyak berita mengenai produk- produk budaya negara ini, termasuk rating drama Korea di Indonesia, penggemar boy band Korea dan lainnya. Jika dicermati, berita-berita yang keluar pada mesin pencari tersebut merupakan gambaran kesuksesan Korean wave di Indonesia. Demam Korea juga melanda masyarakat kota Padang, ibu kota dari provinsi Sumatera Barat. Riset awal yang kami lakukan pada mahasiswa di kota Padang menunjukkan bahwa 64% mahasiswa menggemari Korean wave. Selanjutnya, sebanyak 28% responden menyatakan bahwa mereka mengalokasikan waktu sebanyak 1-3 jam sehari untuk menonton produk Korean wave, sementara 25% lainnya menyatakan bahwa mereka menghabiskan 3-5 jam sehari. Indikasi diatas menjadi menarik untuk diteliti, mengingat Korean wave dijadikan sebagai elemen diplomasi publik oleh pemerintah Korea Selatan (website Mofa Korea Selatan). Sementara

**23itu, diplomasi publik** dikatakan **sebagai salah satu instrumen** dalam menghasilkan **soft power** oleh Joseph Nye (2009:

94). Soft power merupakan cara untuk membuat

**30orang lain untuk mengikuti apa yang kita inginkan**

tanpa merasa terpaksa (Nye 2009: 95). Artinya disini, soft power akan mempermudah negara untuk mencapai kepentingannya, karena pihak target akan dengan sukarela melakukan apa yang diinginkan negara pelaksana diplomasi publik. Dengan Korean wave berfungsi sebagai elemen dalam diplomasi publik yang lebih lanjut dapat diartikan sebagai alat dalam menghasilkan soft power, menarik untuk diteliti apa yang berkontribusi dalam membentuk kesuksesannya di Padang, Indonesia. **METODOLOGI DAN TINJAUAN PUSTAKA** Responden dan Prosedur Penelitian ini menggunakan cara survei ke 10 universitas di kota Padang untuk mencapai tujuan dari penelitian. Survei dilaksanakan pada rentang waktu

**32bulan Juni sampai dengan bulan Agustus tahun 2017.**

Mahasiswa dipilih sebagai responden karena kecenderungan awal yang peneliti temukan bahwa mahasiswa kota Padang merupakan penggemar berat Korean wave sehingga mereka

**12merupakan pangsa pasar yang sangat besar bagi produk**

budaya dari Korea Selatan. Untuk mencari jumlah responden,

**12peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu** : Berdasarkan rumus Slovin, **n**

merupakan jumlah sampel yang diambil, N sebagai jumlah populasi keseluruhan yang dalam hal ini merupakan jumlah total mahasiswa yang ada di Padang, yaitu sebanyak 72.368 (forlap Dikti) dan e merupakan

**14batas toleransi kesalahan (error tolerance). Pada penelitian ini toleransi kesalahan** ditetapkan **sebesar 5%. Dengan**

menggunakan rumus diatas, maka jumlah responden yang perlu dijangkau oleh peneliti adalah sebanyak : = = 398 responden x. Untuk meminimalisir kesalahan dalam pengisian kuesioner, peneliti memutuskan untuk menyebarkan 550 buah kuesioner kepada responden mahasiswa dari 10 universitas di kota Padang. Selanjutnya peneliti menggunakan SPSS for windows dalam mengolah data. Jawaban dikatakan sebagai faktor pembentuk kesuksesan jika jawaban yang bersifat positif mencapai persentase 50% keatas. Adapun untuk membuat kuesioner, peneliti menggunakan argumen yang dikemukakan oleh Nicholas J. Cull (2009) dalam tulisannya pada

**21CPD Perspective on Public Diplomacy** dengan Judul **Public Diplomacy : Lesson from the Past.** Dalam tulisan tersebut **Cull**

mengemukakan argumennya mengenai elemen-elemen diplomasi publik yang terdiri dari

**19listening , advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, international broadcasting dan Psychological Warfare.** Untuk **yang**

terakhir, adalah kondisi-kondisi yang perlu diperhatikan jika negara sedang dalam keadaan perang, sehingga elemen yang ke enam ini tidak berlaku di Indonesia. Elemen pertama yang dikemukakan oleh Cull adalah Listening, yang merupakan segala upaya yang dilakukan oleh aktor pelaksana diplomasi publik untuk dapat memahami publik asing mengenai apa yang mereka sukai dan harapan-harapan mereka. Hasil pemahaman terhadap publik asing tersebut dikatakan oleh Cull idealnya menjadi aspek yang diperhitungkan ketika negara membuat kebijakan diplomasi publik yang akan dilaksanakan, termasuk media pendukung

terbaik untuk pelaksanaannya. Artinya disini, pendekatan yang dipilih untuk digunakan terhadap publik asing tertentu merupakan hasil riset yang mendalam terhadap mereka, sehingga pelaksanaan diplomasi publik dapat berjalan secara efektif. Kami menggunakan elemen listening ini pada kuesioner dengan berfokus kepada tiga hal, yaitu, target pooling berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai pengalaman responden dalam mengisi survei-survei dari negara ginseng, yang kedua adalah peer to peer media yang berisikan pertanyaan mengenai pengalaman responden dalam merespon pemberitaan terkait kebijakan Korea Selatan secara online dan yang terakhir mengenai pengetahuan responden terhadap institusi pelaksana diplomasi publik Korea. Ketiga hal diatas kemudian kami turunkan kepada pertanyaan-pertanyaan yang akan memberikan indikasi apakah upaya listening yang dilakukan oleh pemerintah negara ginseng merupakan faktor pembentuk kesuksesannya di kota Padang. Elemen kedua yang dikemukakan oleh Cull adalah Advocacy yang didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh aktor untuk mempromosikan kebijakan, ide atau kepentingan aktor melalui komunikasi internasional. Disini, aktor internasional mencoba untuk memanfaatkan komunikasi internasional untuk melakukan sosialisasi-sosialisasi terkait kebijakannya dan juga kepentingan-kepentingannya dengan tujuan agar publik asing memahami kebijakan yang dilaksanakan, sehingga pelaksanaan

22 **kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar dan dapat mencapai**  
kepentingan **yang**

ditargetkan. Terdapat tiga tema yang kami turunkan kedalam pertanyaan kuesioner yaitu terkait , press confrence, official campaign dan official meme. Hasil dari pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan tema diatas dijadikan sebagai indikator untuk mengetahui apakah advocacy merupakan faktor yang membentuk kesuksesan Korean wave di kota Padang. Elemen ketiga dalam tulisan Cull adalah cultural diplomacy yaitu sebuah upaya yang dilakukan oleh aktor untuk menarik hati publik asing dengan menggunakan budaya mereka dan juga dengan memfasilitasi transmisi budaya di luar negeri. Cull memberikan contoh kegiatan pada bagian ini seperti pameran foto yang didanai oleh pemerintah, yang

31 **merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada**

publik asing melalui media foto. Pada kuesioner, dengan mengacu pada uraian Cull, bagian ini terdiri dari tiga tema yaitu, state funded art, language course dan diaspora. Tema ini kemudian diturunkan kepada pertanyaan- pertanyaan yang akan memberikan indikator mengenai cultural diplomacy sebagai faktor pembentuk kesuksesan korean wave. Elemen keempat adalah exchange diplomacy, yang seperti artinya, merupakan sebuah kegiatan pertukaran yang ditujukan untuk akulturasi dan meningkatkan rasa saling memahami. Pertukaran ini bersifat dua arah, yang artinya kedua negara saling mengirimkan warga negaranya. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman mengenai gaya hidup, budaya dan bahasa yang dimiliki sehingga mutual understanding dapat tercipta. Untuk elemen ke empat ini, kami menelitinya melalui pengalaman responden dalam mengikuti pertukaran pelajar dan pengalaman mereka terkait game online karena Cull juga memasukkan hal ini dalam kategori exchange diplomacy. pertanyaan-pertanyaan yang kami munculkan didalam kuesioner berusaha untuk mencari tau, apakah elemen ke empat ini merupakan faktor yang berkontribusi terhadap boomingnya Korean wave di kota Padang. Elemen kelima yang dimasukkan kedalam kuesioner adalah international broadcasting yang merupakan upaya aktor untuk menjangkau publik asing dengan memanfaatkan teknologi radio, tv dan internet. Dalam hal ini, pertanyaan pada kuesioner kami turunkan dengan tujuan untuk mengetahui apakah responden mengakses segala informasi dan budaya yang mereka suka dari Korea Selatan melalui youtube baik berupa film, drama ataupun musik, melalui TV ataupun sosial media. Kami juga mencari tahu apakah responden mengetahui

channel-channel maupun website yang memberikan informasi mengenai produk budaya Korea Selatan. Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut kami berharap mendapatkan jawaban akan kontribusi international broadcasting terhadap kesuksesan diplomasi publik. Untuk mencangkupi semua elemen diatas, kami menyusun limapuluh pertanyaan yang harus diisi oleh responden, yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS for windows untuk kemudian menyimpulkan faktor yang membentuk kesuksesan Korean wave di kota Padang. Tinjauan Pustaka Jumlah literatur yang secara gamblang menjelaskan faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan korean wave cukup terbatas. Beberapa literatur yang berbicara masalah ini diantaranya adalah Joanna Elfving-Hwang (2013) yang menjelaskan bahwa faktor-faktor pendukung kesuksesan Korean wave adalah strategi dan fleksibilitas pemerintah Korea Selatan dalam merespon perkembangan teknologi dan juga karena promosi budaya yang mereka lakukan, sebut saja misalnya promosi yang dilakukan melalui Project K. Disini, faktor kesuksesan yang dapat diambil adalah faktor pemerintah yang sangat terbuka dan responsif. Agak mirip dengan Elfving-Hwang, Se Jung Park dan Yon Soo Lim (2014) menjelaskan bahwa keberhasilan Korean wave didukung oleh pembenahan infrastruktur jaringan digital yang dilakukan oleh pemerintah, artinya disini pemerintah memanfaatkan jaringan digital mereka yang sangat baik untuk mendukung suksesnya diplomasi publik. Dalam hal ini, Korea Selatan berhasil memanfaatkan sosial media untuk merangkul masyarakat asing dengan menggunakan strategi komunikasi dua arah sehingga dapat menstimulasi keterlibatan masyarakat asing. Dua tulisan ini memberikan informasi bahwa pemerintah Korea Selatan memanfaatkan kemajuan teknologi dan fenomena sosial untuk mendukung kesuksesan diplomasi publik mereka. Tidak jauh berbeda dengan kedua tulisan diatas, Rosaleen Smyth (2010) telah lebih dahulu menyatakan bahwa diplomasi publik saat ini harus mampu merespon kemajuan teknologi, sehingga diplomasi publik seharusnya dilakukan dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Disini secara implisit dapat diartikan bahwa pemanfaatan internet dapat menjadi faktor pendukung berhasilnya diplomasi publik. Tulisan selanjutnya yang menjadi bahan review peneliti adalah tulisan dari William Tuk yang menemukan bahwa keberhasilan Korean wave tidak luput dari peran pemerintah dalam pelaksanaan diplomasi publik. Tuk mengklaim bahwa pemerintah berhasil melaksanakan diplomasi publik melalui berbagai lembaga yang dimilikinya. Disini Tuk seakan-akan mengatakan bahwa campur tangan pemerintah merupakan kunci utama untuk mencapai kesuksesan diplomasi publik. Selanjutnya adalah tulisan Yee-Kuang Heng (2010) yang menjelaskan bahwa terdapat tiga hal yang mendukung soft power yaitu budaya yang menarik, politik domestik dan nilai-nilai yang diperlihatkan melalui kebijakan luar negerinya. Disini Heng berargumen bahwa ketiga hal diatas perlu untuk diperhatikan dengan baik untuk dapat menghasilkan soft power. Secara tersirat diartikan bahwa diperlukan produk budaya yang dapat diterima masyarakat umum dan pengemasan serta distribusi yang baik untuk dapat menjangkau khalayak ramai. Selain itu kondisi domestik serta nilai-nilai yang dianut masyarakat akan turut menjadi faktor pendukung kesuksesan diplomasi publik. Akan tetapi sejauh ini belum ditemukan literatur yang membahas komponen pembentuk keberhasilan Korean wave dengan menggunakan metode survei kepada responden mahasiswa dan khususnya mahasiswa di Padang. Literatur yang peneliti temukan sejauh ini menilik keberhasilan Korean wave dengan meriset upaya yang dilakukan oleh pemerintah ataupun aktor swasta dengan menggunakan metode deskriptif melalui studi pustaka ataupun interview, sehingga perbedaan metode ini merupakan faktor yang membedakan penelitian ini dengan penelitian dan tulisan terdahulu terkait topik ini. Tinjauan Mengenai Korean Wave Bagian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai Korean wave dan posisinya bagi negara Korea Selatan. Tujuan lebih lanjut dari bagian ini adalah untuk memberikan penjelasan mengenai aktor-aktor yang terlibat dalam Korean wave, sehingga penggunaan konsep Nicholas J. Cull sebagai indikator penelitian menjadi relevan. Untuk mencapai tujuan tersebut, bagian ini akan dimulai dengan penjelasan mengenai Korean wave secara definisi, dilanjutkan dengan posisinya bagi negara ginseng, pemaparan mengenai aktor – aktor yang terlibat dalam produksi Korean wave dan terakhir fakta-fakta boomingnya Korean wave di Indonesia dan Padang. Telah dijelaskan dibagian awal bahwa dewasa ini Korean wave diartikan sebagai fenomena meledaknya produk-produk budaya yang diproduksi oleh Korea Selatan ke luar negara tersebut.



Tercatat bahwa drama Korea merupakan jenis produk budaya Korea yang pertama kali digemari didunia. Keberhasilan ini kemudian ditandai dengan terbentuknya berbagai klub penggemar yang berkaitan dengan Korean wave; sampai tahun 2013 yang lalu saja, klub-klub ini telah beranggotakan 9 Juta orang dengan berbagai latar budaya dan etnis (situs kementerian luar negeri Korea Selatan). Fenomena ini secara jeli dimanfaatkan oleh pemerintah negara ginseng dengan menyertakan Korean wave sebagai elemen dalam diplomasi publiknya. Tercatat empat presiden Korea Selatan yaitu

25 **Roh Moo-hyun, Lee-Myung-Bak, Park Geun-hye**

dan presiden saat ini Moon Jae-in merupakan pemimpin negara yang sangat menyadari pentingnya pemanfaatan aset budaya untuk mencapai kepentingan negara, walaupun istilah diplomasi publik sendiri baru mulai digunakan pada masa pemerintahan Park Geun-hye (Krasnyak 2017). Analisis Krasnyak diatas dapat dibuktikan ketika kita mengakses situs kementerian luar negeri Korea Selatan. Dalam website kementerian luar negerinya, Korea Selatan menyatakan bahwa pemerintah telah melebarkan fokus diplomasinya dari bentuk tradisional antar pemerintah menjadi diplomasi publik dengan cara menjangkau publik asing melalui beragam budaya (website kementerian Luar Negeri Korea Selatan). Selanjutnya, di laman yang sama, pemerintah menjelaskan kedudukan Korean wave bagi negaranya : "Hallyu (the Korean wave) serves as an important element of Korea's public diplomacy". Maknanya disini, Korean wave bukan hanya dipandang sebagai mesin penghasil ekonomi, tapi lebih dari itu, negara menganggapnya sebagai salah satu media penting dalam pelaksanaan diplomasi publiknya yang lebih lanjut dapat diartikan sebagai alat dalam mencapai kepentingan negara. Untuk menunjukkan keseriusan terhadap penggunaan Korean wave sebagai elemen dalam diplomasi publik, pada laman yang sama pemerintah juga menjelaskan komitmennya untuk menaikkan alokasi budget dalam pelaksanaan diplomasi publik. Bentuk keseriusan lain diperlihatkan melalui upaya pemerintah Korea Selatan yang secara aktif melaksanakan riset mengenai status terkini Korean wave di berbagai negara untuk kemudian memberikan dukungan mereka terhadap klub-klub Korean wave yang tengah menjamur diberbagai dunia (website kementerian luar negeri Korea Selatan). Disini terlihat keinginan besar pemerintah untuk mengawal dan memelihara kesuksesan Korean wave. Tidak sampai disini saja, kesungguhan pemerintah Korea Selatan dalam mendukung sukses Korean wave juga terlihat melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah seperti yang mereka tuliskan dalam Diplomatic White Papernya tahun 2016 yang lalu: MOFA has contributed

**5to the overseas advancement of hallyu cultural contents and to the continuous expansion of the Korean Wave through its network of Korean missions abroad.**

MOFA has hosted various events such as the K-Pop and K-Food World Festival, the Quiz on Korea and video contests

**5while working in cooperation with broadcasters such as KBS, MBC and Arirang TV.**

In addition, it has conducted

**6 statistical research on the current status of hallyu in each**

region and

**6 has provided support for hallyu fan clubs' voluntary activities.**

Pernyataan diatas tidak hanya menunjukkan perhatian pemerintah dan kegiatan- kegiatan yang diusung oleh pemerintah untuk memastikan kepopuleran Korean wave yang tahan lama, tetapi juga memberikan keterangan mengenai aktor lain yang berkontribusi terhadap Korean wave yaitu stasiun televisi. Tidak hanya stasiun televisi, terdapat aktor-aktor utama lain yang berkontribusi dalam produksi Korean wave, seperti yang tergambar melalui pernyataan Menteri Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Kim Jongdeok pada tahun 2016 dalam hubungan dengan kesuksesan Korean wave seperti yang dikutip penuh oleh Shon (2016)

:

**2 We, the Korean government and the culture ministry, support the work they want to make, but we would not take any role or whatsoever as a decision maker or in getting involved in the actual working process at all. It's the working people, I mean, film makers or singers, who take the lead in actually promoting the Korean Wave outside South Korea. The government is just putting a little bit of stepping stones so that they can jump up and move forward. That's all we do.**

Kutipan diatas memberikan penjelasan mengenai aktor-aktor utama yang terlibat dalam industri Korean wave yaitu para produser film, penyanyi dan mereka-mereka yang terlibat dalam proses produksi produk tersebut. Disini Menteri Kim menyatakan bahwa peran pemerintah tidaklah besar dalam proses produksi dan meledaknya Korean wave. Kesimpulan yang dapat diambil dari kutipan-kutipan diatas adalah bahwa aktor-aktor yang terlibat dalam Korean wave adalah para aktor non negara yang telah disebutkan diatas dan pemerintah Korea Selatan seperti yang telah dijelaskan pada bagian awal. Di Indonesia sendiri, fenomena boomingnya Korean wave dapat dilihat melalui berbagai indikasi seperti ; penayangan drama Korea oleh stasiun televisi di Indonesia dan jumlah penggemar produksi Korean Wave di Indonesia. Tercatat sampai tahun 2011 yang lalu, stasiun televisi Indonesia telah menayangkan 50 judul drama Korea (Susanthi, 2011), jumlah yang tidak dapat dikatakan sebagai angka yang kecil. Tayangan drama Korea ini pun diisi oleh banyak iklan, indikasi utama dari keberhasilan sebuah tayangan. Selain itu,

**27 Indonesia juga tercatat sebagai salah satu negara yang memiliki**

fan base (penggemar) terbesar produk populer Korea di Asia (Milia, 2015). Contoh kecilnya adalah boy band BTS yang memiliki jumlah penggemar yang sangat tinggi di Indonesia, yang merupakan nomor tiga tertinggi di dunia (Astarina 2017, Permita 2017). Selain itu, hasil survei awal yang telah peneliti jelaskan dibagian pendahuluan juga merupakan bukti boomingnya Korean wave hingga saat ini di Indonesia. Fenomena inilah yang kemudian membuat kami tertarik untuk mencari tau faktor yang mendukung kesuksesan dari Korean wave ini. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Korean wave

merupakan sebuah aktifitas yang didukung oleh banyak aktor, mulai dari aktor-aktor non negara yang terlibat dalam proses produksi dan distribusinya dan juga terdapat aktor negara (pemerintah) yang berupaya untuk memberikan dukungan terhadap Korean wave. Jika menilik elemen diplomasi publik yang dijelaskan oleh Cull, dapat disimpulkan bahwa elemen yang dijelaskan oleh Cull merupakan elemen yang menggabungkan peran aktor negara dan non negara. Elemen listening dan advocacy cenderung merupakan elemen pelaksanaan diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor negara, sedangkan tiga elemen lainnya seperti cultural diplomacy, exchange diplomacy dan international broadcasting dapat dipahami sebagai elemen yang bisa saja dilaksanakan oleh aktor negara ataupun aktor non negara. Cull secara jelas memberikan pemahaman bahwa aktor yang terlibat dalam diplomasi publik saat ini tidak hanya

**24**terbatas pada aktor negara, tetapi juga aktor non negara.

Korean wave merupakan sebuah industri yang melibatkan banyak aktor, sehingga konsep Cull cukup mewakili kompleksitas aktor yang terlibat dalam Korean wave. Sedangkan Padang diambil sebagai wilayah penelitian dikarenakan kota ini juga terpapar demam Korean wave. HASIL DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian Analisis melalui SPSS for windows dilakukan untuk mempelajari faktor yang membentuk kesuksesan Korean wave di kota Padang. Dari pengolahan data ini, kami berharap dapat menemukan faktor-faktor yang mendukung sehingga Korean wave dapat mencapai tahap popularitas seperti saat ini. Pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut ini. Dari tujuh pertanyaan yang diberikan didalam kuesioner terkait kegiatan listening yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kegiatan ini bukanlah faktor yang membentuk kesuksesan korean wave. Mayoritas responden kami menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengisi kuesioner dari pemerintah Korea Selatan dan sebagai lanjutannya, mayoritas responden juga tidak mengetahui mengenai kebijakan negara ginseng tersebut karena kebanyakan mereka tidak mengakses berita negara semenanjung Korea tersebut. Artinya upaya listening yang dilakukan belum mampu menjangkau masyarakat Padang yang diwakili oleh mahasiswa ini. Selanjutnya, kami memberikan sebelas pertanyaan berkaitan dengan advocacy yang dilakukan oleh pemerintah. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui mengenai institusi kebudayaan Korea Selatan

**26**yang ada di Indonesia. Tidak hanya itu saja, hampir semua responden juga

tidak pernah mengunjungi institusi kebudayaan Korea. Hal ini mengindikasikan bahwa kepedulian responden ini terhadap pemberitaan dari pemerintah sangatlah rendah yang kemudian juga terbukti dengan hanya minoritas dari responden, yaitu sebanyak 3% yang menyatakan bahwa mereka pernah membaca konferensi pers dari pemerintah Korea. Hasil yang negatif juga kami temukan terkait pernah atau tidaknya para responden membaca publikasi dari pemerintah Korea Selatan, termasuk mendengarkan kampanye-kampanye dari pemerintah termasuk iklan-iklan mengenai budaya negara ginseng. Lebih jauh lagi, kami juga menemukan hasil negatif terhadap program-program pemerintah yang dilaksanakan di Indonesia. Pada bagian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa advocacy juga bukan merupakan faktor yang mendukung kesuksesan korean wave di Padang. Elemen ketiga yang kami teliti adalah cultural diplomacy yang diwujudkan menjadi 10 pertanyaan. Mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden adalah jawaban negatif; lebih dari separuh responden tidak mengetahui mengenai festival yang dilakukan oleh negara tersebut dan 93% dari mereka menyatakan bahwa mereka tidak pernah memiliki pengalaman dalam mengikuti Korean Festival. Berkaitan dengan pengalaman responden dalam berkenalan dengan diaspora yang memungkinkan terjadinya asimilasi budaya, kembali mayoritas responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah berinteraksi dengan diaspora dan bahkan tidak memiliki kenalan dari negara tersebut. Hasil ini

kembali memberikan jawaban bahwa cultural diplomacy bukanlah faktor yang mendukung keberhasilan Korean wave. Selanjutnya elemen keempat yang menjadi indikator dalam penelitian kami adalah exchange diplomacy. Indikator ini kami turunkan kedalam 6 pertanyaan yang disesuaikan dengan penjelasan Cull. Terdapat 2 hal umum yang kami lacak terkait indikator ini, yaitu pengalaman responden dalam kegiatan pertukaran pemuda, keinginan mereka untuk ikut kegiatan pertukaran antar negara yang dikhususkan ke Korea, dan pengetahuan mereka terhadap game online dari negara ginseng. Game online dikategorikan oleh Cull sebagai aktivitas yang berkaitan dengan exchange diplomacy, karena games ini memungkinkan pemainnya untuk berinteraksi langsung dengan orang Korea, sehingga menimbulkan interaksi yang bisa digolongkan sebagai exchange diplomacy. Jawaban yang kami terima dari responden mayoritas bersifat negatif, sehingga exchange diplomacy bukanlah faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan korean wave di kota Padang. Elemen terakhir yang menjadi indikator penelitian ini adalah international broadcasting yang berkaitan dengan penggunaan teknologi penyiaran dalam menjangkau publik asing. Dari enam belas pertanyaan yang kami berikan kepada responden, hanya satu pertanyaan terkait apakah para responden ini bergabung dengan klub Korean wave yang menghasilkan jawaban negatif dari 83% responden kami. Sementara itu 15 buah pertanyaan lainnya menghasilkan jawaban yang positif, yaitu responden ini mengakses produk-produk budaya dari Korea Selatan melalui youtube dan mereka juga mengakses stasiun TV dari negara tersebut. Lebih lanjut hasil positif ini berdampak terhadap penjiplakan gaya hidup orang Korea, keinginan untuk mengunjungi Korea dan keinginan untuk mengkonsumsi produk-produk fashion, elektronik dan kosmetik yang diimpor dari Korea Selatan. Hasil ini mengindikasikan bahwa international broadcasting merupakan faktor yang mendukung keberhasilan Korean wave dikota Padang. Pembahasan Penelitian yang kami lakukan berupaya untuk mempelajari faktor yang mendukung kesuksesan Korean wave di kota Padang. Korean wave didaulat pemerintah Korea Selatan sebagai salah satu elemen dalam diplomasi publik negara mereka. Uniknya, Korean wave merupakan sebuah aktivitas yang dilaksanakan oleh mayoritas aktor non-negara, walaupun terdapat beberapa indikasi upaya pemerintah dalam mendukung Korean wave. Permasalahan aktor ini dapat saja berpengaruh pada tujuan tradisional pelaksanaan diplomasi publik yang dilakukan oleh negara yaitu untuk mencapai kepentingan nasional yang tidak akan mudah untuk digapai ketika aktor negara yang menjadi pelaksana diplomasi publik tersebut adalah aktor non negara. Hasil yang kami temukan menyarankan bahwa

### 28 upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan

melalui listening dan advocacy bukanlah merupakan faktor yang mendukung kesuksesan dari Korean wave. Hal ini terbukti dari awamnya responden terhadap program, aktifitas negara tersebut dan keawaman responden terhadap berbagai insititusi pemerintah Korea Selatan yang ada di Indonesia. Hasil ini mengindikasikan bahwa sesungguhnya kesuksesan Korean wave dan upaya yang dilakukan oleh pemerintah merupakan dua hal yang terpisah. Yang artinya, Korean wave telah sukses melalui cara yang dipilih oleh aktor non negara yang melaksanakannya, yaitu dengan pemanfaatan teknologi penyiaran. Bagi responden pun, menggemari Korean wave bukan berarti bahwa mereka menggemari pemerintah dan negara Korea Selatan, karena tidak terlihat upaya dari responden untuk mencari tau lebih dalam mengenai hal tersebut. Pertanyaan lanjutan yang muncul adalah bagaimana menjamin tercapainya kepentingan negara ketika faktor yang mendukung kesuksesannya adalah upaya yang dilakukan oleh aktor swasta yang tentu saja memiliki kepentingan mereka sendiri. Disini terdapat celah yang harus dipikirkan oleh negara, yaitu bagaimana mensinkronkan pencapaian aktor non negara dengan kepentingan negara. Perlu koorinasi yang lebih dalam antara pemerintah dengan aktor non negara agar produksi-produksi yang dihasilkan dapat ikut mendorong tercapainya kepentingan negara. Sejauh ini, Korean wave lebih berperan sebagai mesin penggerak perekonomian, yang membantu dalam meningkatkan hasil penjualan negara. Pencapaian ekonomi tentu bukan merupakan hal tunggal yang ingin dicapai oleh negara ketika

melaksanakan diplomasi publik. Kesimpulan Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh pemerintah melalui listening dan advocacy tidak sepenuhnya memiliki hubungan yang linier dengan keberhasilan Korean wave. Kami menemukan bahwa responden kami memisahkan kesukaan terhadap Korean wave dengan kesukaan terhadap negara. Terlihat

**34 bahwa upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah belum**

berhasil mencapai kepopuleran karena ternyata kesukaan terhadap Korean wave tidak membuat responden tertarik kepada program pemerintah. Dengan mengenyampingkan upaya pemerintah pun, Korean wave dapat mencapai tingkat konsumsi yang tinggi dengan memanfaatkan international broadcasting. Selanjutnya, keberhasilan aktor non negara dalam mempopulerkan produk-produk budaya mereka tidak dapat pula diartikan sebagai kesuksesan pelaksanaan diplomasi publik negara, perlu ditinjau lebih lanjut apakah keberhasilan yang dicapai oleh aktor non negara tersebut dapat memberikan keuntungan dalam mencapai kepentingan negara mereka. Daftar Pustaka Artikel dalam buku kumpulan artikel:

**4 Cheng, Li-Chih, 2008** "The Korea Brand : The Cultural Dimension of South Korea's Branding Project in 2008", **The SAIS-U.S-Korea Yearbook 2008, Johns Hopkins University Press.**

Artikel dalam jurnal atau majalah :

**1 Gunjoo, Jang dan Won K. Paik, 2012,** "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy", **Advances in Applied Sociology, Vol.2, No.3, 196-202**

**3 Heng, Yee-Kuang, 2010, Mirror, Mirror on the Wall, Who Is Softest of Them All? Evaluating Chinese Strategies in the Soft Power Competition Era, International Relations of the Asia Pacific Vol 10, Issue 2**

Nye, Joseph, 2009, "Public Diplomacy and Soft Power",

**7 The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, Public Diplomacy in a Changing World, pp 94—109, Sage Publications, Inc**

Parc, Jimmy & Moon, Hw-y-Chang, "Korean Dramas and Films : Key Factors for Their International Competitiveness",

**4 Asian Journal of Social Science 41 (2013), 126-149 Park, Se Jung dan Lim, Yon Soo, 2014,** "Information Networks and Social Media Use in Public Diplomacy: A

Comparative Analysis of South Korea and Japan” **Asian Journal of Communication,**

Vol. 24, No. 1, 79–98, 2014

18 **Rawnsley, Gary, 2012,** “Approaches to soft power and public diplomacy in China and Taiwan”, **Journal of International Communication, 18:2, 121-135**

20 **Smyth, Rosaleen,** 2010, “Mapping US Public Diplomacy in the 21st Century”  
**Australian Journal of International Affairs, 55:3, 421-444**

Artikel dalam Koran : Astarina, Sintia 18 Juli 2017, "Indonesia Masuk Daftar 10 Negara dengan Jumlah Terbanyak Penggemar BTS", Kompas.com, dilihat secara online 19.08.2018

9 <https://entertainment.kompas.com/read/2017/07/18/171438710/indonesia-masuk-daftar-10-negara-dengan-jumlah-terbanyak-penggemar-bts>.

Milia, Jana, 24 Juni 2015

1, “Indonesia Dipengaruhi Korean Wave juga loh !”, **Kompasiana**, diakses online 19.08.2018  
<https://www.kompasiana.com/milimilia/552883046ea83405718b456b/indonesia-juga-dipengaruhi-korean-wave-loh>

Permita, D,

8 **Indonesia Tercatat Punya Jumlah Fans BTS Terbanyak,**

Liputan 6.com, dilihat secara online 19.08.18

8 <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3169056/indonesia-tercatat-punya-jumlah-fans-bts-terbanyak>

Dokumen resmi : Diplomatic White Paper 2016, Republic of Korea MOFA Republic of Korea  
[http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_5474/contents.do](http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5474/contents.do) MOFA, Hallyu : Gelombang Korea,  
[http://overseas.mofa.go.kr/id-](http://overseas.mofa.go.kr/id-36id/wpge/m_2741/contents.do)

36 [id/wpge/m\\_2741 /contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-36id/wpge/m_2741/contents.do)

Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian:

**10Tuk, The Korean wave: who are behind the success of Korean popular culture? Master thesis, Leiden University, 2012**

Internet (karya individual):

**1Cull, N. J, 2009, Public Diplomacy: Lessons from the Past. California: FIGUEROA PRES**

Elfing

**13-Hwang, Joanna, 2013, South Korean Cultural Diplomacy and Brokering 'K-Culture' outside Asia**

**1Krasnyak, Olga,2017, Evolution of Korea's Public Diplomacy, USC Center on Public Diplomacy, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/evolution-koreas-public-diplomacy>, viewed 1 June 2018, 12:23 WIB**

**1Sohn, Jiae, 2017, "Content producers lead Korean Wave", [Korea.net http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=134924](http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=134924) view online 1 June 2018, 14:32**

Susanthi, Nyoman Lia, 2015, "Gurita' Budaya Populer Korea di Indonesia", [http](http://www.isi-dps.ac.id/berita/gurita-budaya-populer-korea-di-indonesia/)

**17:[://www.isi-dps.ac.id/berita/gurita-budaya-populer-korea-di-indonesia/](http://www.isi-dps.ac.id/berita/gurita-budaya-populer-korea-di-indonesia/)**

192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206