



PROSIDING VENNAS AIHII

Konvensi Nasional Asosiasi Ilmu Hubungan Internasional Indonesia

*“Membangun Kedaulatan Maritim,
Memperkuat Hubungan Internasional Indonesia”*

Tanjungpinang, 23 Oktober 2018

ISSN: 2549-6689



9 772549 668881



Prosiding Vennas AIHII

Volume 9/2018

“Membangun Kedaulatan Maritim, Memperkuat Hubungan Internasional Indonesia”

Dewan Redaksi:

Advisor : Ketua Umum Pengurus Pusat Asosiasi Ilmu Hubungan Internasional Indonesia (PP AIHII) Dr. Yusron, M.Si

Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) Sayed Fauzan Riyadi

Head of Editorial Board : Muhammad Riza Widyarsa

Editor : Ariski Aznor

Design-Layout : Ady Muzwardy
Desri Gunawan
Dhani Akbar
Glory Yolanda Yahya

Diterbitkan oleh : Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) Bersama Pengurus Pusat Asosiasi Ilmu Hubungan Internasional Indonesia (PP-AIHII)

SAMBUTAN PENGURUS PUSAT AIHII

Puji Syukur kepada Tuhan YME atas terselenggaranya Konvensi Nasional IX Asosiasi Ilmu Hubungan Internasional Indonesia (Vennas IX AIHII) di Kota Tanjungpinang pada 22 sampai dengan 25 Oktober 2018. Vennas IX AIHII menorehkan beberapa tradisi baru, terutama dimulainya pelaksanaan diseminasi paper sesuai dengan komunitas epistemik yang sesuai dengan minat kajian para dosen anggota AIHII. Kemudian dilaksanakan juga diseminasi hasil pengabdian kepada masyarakat atas permintaan para anggota, sesuai dengan kebutuhan baik untuk peningkatan kum jabatan fungsional maupun untuk akreditasi program studi. Yang tidak kalah penting adalah disepakatinya gelar untuk sarjana Ilmu Hubungan Internasional yaitu S.Hub.Int.

Penghargaan yang setinggi-tingginya saya, mewakili para pengurus pusat AIHII kepada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) sebagai tuan rumah Vennas IX AIHII. Juga kepada para perwakilan dari kampus lain yang hadir dan turut aktif dalam rangkaian kegiatan Vennas IX AIHII.

Prosiding ini mewakili tradisi publikasi yang terus ditingkatkan dari satu Vennas ke Vennas lainnya. Tentunya masih banyak kekurangan dari prosiding ini. Namun merupakan tanggung jawab seluruh pemangku kepentingan AIHII untuk dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas publikasi ini. Semoga dengan segala keterbatasannya, prosiding ini dapat memberikan kontribusi ilmiah maupun praktis bagi perkembangan Ilmu Hubungan Internasional Indonesia.

Jakarta, Desember 2018

Dr. Yusran, M.Si

Daftar Isi

Bagian I: Pertemuan Komunitas Epistemik

Evaluasi Kebijakan Kelautan Indonesia dalam Pemberantasan Illegal, Unreported, and Unregulated Fishing (Dian Azmawati).....	I-1
Peranan Indonesia dalam Memperkuat Budaya Maritim di Asia Tenggara (Lili Yulyadi Arnakim, Galuh Dian Prama Dewi).....	I-7
Indonesia dan Rezim <i>United Nations Convention On The Law Of The Sea</i> 1982: Lika-Liku Perjuangan dan Relevansi Kepentingan Maritim Era Kekinian(Arthuur Jeverson Maya).....	I-23
Kedaulatan Maritim Indonesia yang (tidak) Berdaulat?(Muhammad Iqbal, Puji Wahono, Bagus Sigit Sunarko)	I-41
Pengelolaan Sumberdaya dan Ekonomi Perbatasan: Kajian Ekonomi Politik Kemaritiman Berkeadilan (Pazli)	I-53
Diplomasi Maritim Indonesia dalam Kerangka Politik Luar Negeri Bebas Aktif (Indrawati,Agung Yudhistira Nugroho)	I-71
Persepsi Pemuda di Sumatera Selatan Terhadap Diplomasi Publik (Azhar)	I-104
Faktor Penghambat Diplomasi CPO Indonesia di Pasar Eropa (Denada Faraswacyen L. Gaol).....	I-131
Diplomasi Pariwisata Bencana di Indonesia (Harits Dwi W).....	I-145
Border Diplomacy in Handling Disputes on Tanjung Datu (Case Between Indonesia and Malaysia) (Elyta, Uly Nuzulian)	I-157
<i>The Power Of Emak-Emak</i> : Tenaga Penggerak bagi Perempuan Desa Bakalan Sebagai Pelaku Citizen Diplomacy Berbasis Kearifan Lokal (Setyasih Harini)	I-168
Merawat Korban ‘Susi –Effect’ di Philipina Selatan (Sidik Jatmika)	I-179
Korean Wave : Apa Faktor yang Berkontribusi terhadap Kesuksesannya? (Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani S, Ferdian)	I-192
Signifikansi Pengaruh Organisasi Non-Pemerintah dalam Diplomasi Lingkungan: Perspektif <i>English School</i> (Verdinand Robertua).....	I-207
<i>Collaborative Governance</i> Dalam Kebijakan Investasi Di Kawasan Free Trade Zone Bintan (Ady Muzwardi, Gloria Yolanda Yahya, Oksep Adhayanto)	I-220
Multinational Corporation’s Social Responsibility: Case Study of Danone-Aqua’s Corporate Social Responsibility (CSR) in Polanharjo District, Klaten Regency, 2012-2017 (Bambang Wahyu Nugroho, Arsyta Dewi Mayasari Sindhutomo)	I-231
Dinamika Perkembangan Belt and Road Initiative (BRI) Tiongkok terhadap Regionalisme Uni Eropa (V.L. Sinta Herindrasti).....	I-258
Membangun Kedaulatan Negara dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam (Studi Komparasi Perspektif Islam dan Liberal) (Siti Muslikhati)	I-271

Bagaimana Negara-Negara Pos-Kolonial Memandang Keamanan Manusia? (Studi Kasus: Dilema State-Building dan Pembangunan Manusia di Asia Tenggara) (Azhari Setiawan, Andree).....	I-285
Tata Kelola Lingkungan Regional: ASEAN Menuju Komitmen Kesepakatan Paris (Masitoh Nur Rohma).....	I-324
Islam dalam Dinamika Politik Singapura (Sugeng Riyanto).....	I-340
Pemetaan Partai Politik di Timur Tengah; Partai Politik Zuama dan Non-Zuama di Libanon (Mohammad Riza Widyarsa)	I-375
Konflik Yaman: Houthi Menyerang, Arab Saudi Merespon (Ahmad Fuadi).....	I-389
Tantangan Kebijakan Luar Negeri Indonesia Terkait Isu Perlindungan TKI Di Arab Saudi (Anna Yulia Hartati).....	I-403
Prospek Pengaruh Iran atas Pemerintahan Irak Pasca Kemenangan Melawan ISIS (Ariski Aznor)	I-419
Analisis Persepsi Masyarakat Skouw - Wutung Terhadap Pembangunan Perbatasan Republik Indonesia – Papua New Guinea (Melpayanty Sinaga, Barisen Rumabar)	I-436
Border Governance, Konstruksi Politik Identitas Perbatasan, Nasionalisme atau melawan? (Saiman Pakpahan).....	I-454
Mengurai Fenomena Migrasi Modern di Indonesia dan Turki: Suatu Telaah Fungsional Negara (Wahyuni Kartikasari)	I-464
Route of Narcotics Smuggling in Southeast Asia Region (Case Study in Border of Riau Province) (Rendi Prayuda, Fitrisia Munir)	I-477

Bagian II: Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

Program Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dalam Rangka Mengurangi Tingkat Ketergantungan Lulusan pada Dunia Kerja (Sugito, Sri Handari Wahyuningsih, Agus Nugroho Setiawan),.....	II-1
Pengabdian Masyarakat : Peningkatan Pemahaman Siswa SMA terhadap Prosedur Sidang PBB (Sofia Trisni, Rika Isnarti , Anita Afriani S, Poppy Irawan)	II-14
Moral Pancasila Terinspirasi Kode Moral Al Quran (Djumadi M. Anwar)	II-23
Pendampingan Bp3tki Kota Tanjungpinang Dalam Menanggulangi Tenaga Kerja Indonesia (Tki) Ilegal (Dhani Akbar, M. Riza Widyarsa).....	II-36

BAGIAN I
PERTEMUAN KOMUNITAS EPISTEMIK



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 Korean 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) contributes 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 of 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 keberhasilan diplomasi publik *Korean wave* di kota Padang. Untuk 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 yaitu *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy* 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 drama 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 keseluruh 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 itu, diplomasi publik dikatakan sebagai salah satu instrumen dalam menghasilkan *soft power* oleh Joseph Nye (2009: 94). *Soft power* merupakan cara untuk membuat orang 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 bulan 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 merupakan pangsa pasar yang sangat besar bagi produk budaya

dari Korea Selatan. Untuk mencari jumlah responden, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

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 batas 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 :

$$n = \frac{72368}{1 + 72368 \times 0.05^2} = 398 \text{ responden}$$

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 *CPD 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 *listening* , *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 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 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 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*”. Maksudnya 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 to 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 while working in cooperation with broadcasters such as KBS, MBC and Arirang TV. In addition, it has conducted statistical research on the current status of hallyu in each region and 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) :

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, 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 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 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* di kota 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 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 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:

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 :

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

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”, *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, Hwuy-Chang, “Korean Dramas and Films : Key Factors for Their International Competitiveness”, *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

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

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

Milia, Jana, 24 Juni 2015, "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, Indonesia Tercatat Punya Jumlah Fans BTS Terbanyak, Liputan 6.com, dilihat secara online 19.08.18 <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

MOFA, Hallyu : Gelombang Korea, http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do

Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian:

Tuk, *The Korean wave: who are behind the success of Korean popular culture?*

Master thesis, Leiden University, 2012

Internet (karya individual):

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

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

Krasnyak, 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

Sohn, Jiae, 2017, "Content producers lead Korean Wave", *Korea.net*
<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://www.isi-dps.ac.id/berita/gurita-budaya-populer-korea-di-indonesia/>