

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Korean Wave atau Hallyu mulai muncul pada pertengahan tahun 1990an. Merupakan fenomena penyebaran gelombang budaya populer (*pop culture*) yang berasal dari Korea Selatan yang berupa musik populer (K-Pop), serial drama (K-Drama), film, animasi, game, kuliner, kosmetik, fashion, pariwisata dan bahasa (Je 2014). Dalam beberapa dekade terakhir Korean Wave telah menjadi budaya populer yang cukup menarik perhatian dan disukai masyarakat internasional. Bermula dari serial drama Korea Selatan, mulai tayang dengan jumlah besar khususnya di daratan China dan menyebar di banyak negara lain di dunia. Budaya ini juga merupakan salah satu upaya pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan citra negara dan perekonomian Korea Selatan dengan menyebarkan budaya dan seni ke negara lain (Korean Culture and Information Service 2011).

Alasan yang membuat pemerintah Korea Selatan fokus pada peningkatan aspek *soft power*, khususnya di bidang kebudayaan adalah, karena pada tahun 1997 pernah terjadi krisis ekonomi Asia yang berdampak pada industri budaya dan bisnis nasional Korea Selatan. Penyebab terjadinya krisis ekonomi tahun 1997 adalah liberalisasi keuangan yang tidak terkenadali. Sebagian besar krisis disebabkan karena liberalisasi pasar dan arus modal yang berketergantungan berlebih pada sektor swasta. (Kaloka, Tegar, and Eldy 2019). Pada November 1997, pemerintah

Korea Selatan meminta bantuan *International Monetary Fund* (IMF). Pasca perjanjian tersebut, masyarakat Korea Selatan mendukung inisiatif dua konglomerat (*chaebol*) yang berhasil dari krisis; Samsung Group dan Daewoo Group dalam melakukan *campaign* pengumpulan emas dan menyumbangkannya untuk membantu negaranya membayar hutangnya pada IMF (Kim and Finch 2002). Perubahan sistem ekonomi membuat kondisi ekonomi Korea Selatan kembali stabil. Daya saing ekspor meningkat dan surplus neraca perdagangan semakin baik. Hal ini membuat Korea Selatan mampu membayar hutangnya kepada IMF dengan cepat dan pada Agustus 2001 Korea Selatan dapat melepaskan diri dari kendali IMF setelah berhasil membayar seluruh hutangnya (KBS World 2015).

Dalam *Diplomatic White Paper 2006 Korean Wave* dilibatkan sebagai instrument diplomasi dengan tujuan mempromosikan Korea Selatan melalui penyebaran budaya (Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea 2006). Dapat dilihat bahwa Korea Selatan menekankan Korean Wave sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui penyebaran budaya yang variatif dan kreatif sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan perekonomiannya agar tidak mengalami krisis ekonomi seperti di masa lalu.

Tiga aspek global kontemporer Korean Wave, yaitu: Korean Wave menyebar secara multidirectional dalam skala global, aliran budaya global telah menjadi lebih interaktif karena konsumsi produk media secara partisipatif, aliran budaya multidirectional dan interaktif menjadi mungkin melalui penggunaan

teknologi digital secara luas (Shin 2017). Sebagai bagian dari diplomasi publik Korea Selatan, Korean Wave memiliki beberapa produk yang populer di kalangan masyarakat internasional, diantaranya: Korean Drama (K-Drama), Korean Pop (K-Pop), Korean Film (K-Film), Kuliner, Fashion dan Kosmetik.

Tidak hanya K-Drama tapi juga mulai banyak acara musik K-Pop yang ditayangkan di Indonesia. Konser SMTOWN yang merupakan agenda acara dari salah satu agensi entertainment besar di Korea Selatan yaitu SM Entertainment, pernah diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2012 di Stadion Gora Bung Karno dan dianggap sebagai pertunjukan konser K-Pop terbesar karena mencapai 50.000 penonton (Nurani 2019). Pada tahun 2017 hingga 2019 kurang lebih ada 20 konser group k-pop yang berhasil digelar di Indonesia, diantaranya adalah konser BTS, Twice, Blackpink dan lain sebagainya. Sama halnya dengan K-Drama, K-Pop juga merupakan salah satu produk Korean Wave yang menyebar dengan cepat di Indonesia dan memiliki pasar yang besar karena di sambut dengan baik oleh masyarakat.

Melihat kesuksesan Korea Selatan dalam bidang ekonomi kreatifnya membuat Indonesia merefleksikan hal yang serupa dan mencoba untuk mengembangkan ekonomi kreatifnya. Pada dasarnya Indonesia sudah memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatifnya menembus pasar internasional. Indonesia sendiri memiliki banyak subsektor ekonomi kreatif, diantaranya: Pengembangan Permainan (game), Arsitektur, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, Fashion, Kuliner, Film; Animasi dan Video, Fotografi, Desain

Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, Aplikasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis akan mengemukakan identifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaan Korea Selatan melalui Korean Wave?
2. Bagaimana Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2016-2020?
3. Bagaimana Kerja Sama Indonesia dengan Korea Selatan untuk perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia?

1.2.1 Pembatasan Masalah

Sehubungan dengan luasnya permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, serta keterbatasan sumber maka penulis akan membatasi masalah yang akan dibahas. Penulis membatasi permasalahan ini dengan memfokuskan pada pengaruh popularitas Korean Wave di Indonesia terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia periode 2016-2020, karena pada periode tersebut budaya Korean Wave semakin melebarkan sayap ke pasar global dan di sisi lain ekonomi kreatif Indonesia juga mulai berkembang dengan baik.

1.2.2 Perumusan Masalah

Agar mempermudah dalam menganalisa permasalahan berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka penulis akan merumuskan

permasalahan sebagai berikut : **“Bagaimana Pengaruh Popularitas Korean Wave Di Indonesia Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilihat dari identifikasi masalah yang sudah dipaparkan di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaan Korea melalui Korean Wave
2. Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan ekonomi kreatif Indonesia tahun 2016-2020
3. Untuk mengetahui Kerja Sama Indonesia dengan Korea Selatan untuk perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapula kegunaan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Strata Satu (S-1) Program Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pasundan Bandung;
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun aplikatif bagi masyarakat dan akademisi pada umumnya serta bagi penulis pada khususnya;
3. Penulis secara khusus berharap agar bisa memberikan informasi kepada pihak-pihak lain yang berminat meneliti masalah yang sama dengan

penelitian ini serta menjadikan penelitian ini sebagai sebuah referensi bagi yang ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh popularitas Korean Wave terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia periode 2016 – 2020.