

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Literatur Riview

Untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui *K-Show Youn's Kitchen* (Di Gili Trawangan) Dalam Meningkatkan Apresiasi Masyarakat Indonesia Terhadap Budaya (Kuliner Korea terdapat literatur-literatur riview yang akan membantu penulis dalam penulisan.

Literatur riview pertama, penulis meriview buku yang berjudul *The soft power of the Korean Wave: Parasite, BTS and drama* oleh Youna Kim pada buku ini memperlihatkan Gelombang Korea yang memiliki arti nyata sekarang dan tingkat global. Fokus pada fenomena terbaru dari budaya populer Korea dengan mempertimbangkan kehadiran Gelombang Korea di era digital global yang memberikan implikasi sosial, budaya dan politik dalam kompleksitas dalam konteks ketidaksetaraan global dan struktur kekuasaan yang tidak merata.

Menganalisis fenomena terkini yang signifikan secara historis, dan perkembangannya di era digital global. Sejarah yang dicatat Korea Selatan Pada Tahun 2020 Film *Parasite* memberikan kebanggaan bagi Korea Selatan dengan dinominasikannya sebagai Best Picture, Best Director, Best International Future and Best Original Screenplay. BTS yang masuk US Billboard tangga lagu dengan albumnya yang berjudul "Love Your Self". Budaya populer Korean Wave berkembang melalui berbagai tayangan, program dan suguhan media digital lainnya

membuktikan penggunaan *soft power* berhasil di era digital dan globalisasi saat ini. Menghubungkan hubungan antar negara melalui aktor didalamnya.

Pada buku ini Gelombang Korea awalnya diperkirakan lahir pada tahun 1990 awal mula Korea Wave hadir . Sejak saat itu berkembang mulai berkembang pada budaya lainnya seperti adanya perkembangan dalam budaya pakaian, makanan, dan musik. Melihat Korean Wave dari berbagai perspektif mulai dari media dan komunikasi yang ditandai dengan penyebarannya di SNS atau media sosial, studi budaya mengenai analisis kebudayaan yang di sebarakan oleh Korea Selatan dan dimanfaatkannya, sosiologi, sejarah dan antropologi, dan termasuk serangkaian studi kasus Korean Wave yang memasuki Asia, Amerika Serikat, Eropa dan Timur Tengah. Tulisan dalam buku ini akan membantu menjelaskan bagaimana perkembangan Korean Wave di Indonesia dari berbagai kulturalnya. Diplomasi yang termasuk kedalam *soft diplomacy* menggunakan aset negaranya untuk menarik perhatian negara lain. Seperti yang dilakukan oleh Korea selatan yang memanfaatkan Korean Wave sebagai diplomasinya. Kesuksesan BTS, Parasite, dan culture lainnya sebagai alat diplomasi yang masih termasuk kedalam soft diplomacy.

Dalam buku ini menjelaskan Penyebaran Korean Wave memasuki dunia Internasional menggunakan aktor non pemerintah namun pemerintah berperan sebagai pendukung penuh. Buku ini membuktikan penggunaan *soft power* yang digunakan oleh Korea

Selatan sangat tepat sasaran dengan studi kasusnya yaitu BTS, Praside dan drama. *Soft power* ditekan dengan peluang yaitu fenomena Korean Wave yang membuktikan bagaimana Korea Selatan diakui budayanya dan memberikan identitasnya. Yang dapat diterapkan pada penelitian ini termasuk kedalam studi kasusnya yaitu BTS. BTS meraih kesuksesan yang membentuk penggemar diseluruh dunia membawa nama Korea Selatan dan masuk kedalam chart Internasional. BTS dari Korea Selatan merupakan boygrup yang juga melakukan penyebaran Korean Wave nya menggunakan K-Popo yang masih berupa bagian K-Wave. BTS telah dikenal seluruh penggemarnya berasal dari Korea Selatan, penggemar atau yang di sebut fansclub akan mencari tahu apa yang digemari dan disukai dan kemudia secara tidak langsung mencari riset mengenai kebudayaan Korea Selatan. Dalam buku ini membantu memperluas pentingnya aktor diplomasi dalam diplomasi budaya yang fenomenanya perlu di pertahankan (Y. Kim, 2021).

Tulisan kedua, merupakan thesis yang berjudul *South Korean Perceptions of Soft power: How the Hanguk-in See Themselves in the World* oleh Unji Baek dari Auburn University. Pada thesis ini menggunakan klasifikasi Nye' dimana *Soft power* menjadi tiga jenis klasifikasi yaitu bidang budaya, politik, dan diplomatik. *Soft power* pada budaya mengacu pada kekuasaan yang berasal dari nilai-nilai universal dan nilai-nilai yang dimiliki bersama dengan orang lain. Dikatakan dengan wilayah Korea yang dianggap relatif kecil Korea Selatan membutuhkan *Soft power* untuk mempengaruhi internasional, dan

sebagian besar studi tentang *Soft power* Korea Selatan difokuskan pada Korean Wave. Pada pengujian analisis mengenai bagaimana Korea sendiri melihat *soft power* dan apa yang mempengaruhinya penelitiannya mengkaji enam faktor demografi dan aspek status sosial sebagai variabel independen yang dihipotesiskan mempengaruhi persepsi *Soft power* yaitu wilayah, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Dan hasil suatu analisis Uji Baik *Soft power* yang dirasakan dapat dijelaskan secara bermakna oleh sekelompok faktor demografis dan determinan status sosial yang digunakan sebagai Variabel independent dan secara rinci, pada tiga variabel bebas yaitu umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan, mempengaruhi persepsi orang Korea Selatan tentang politik *Soft power*, kedua dengan empat variabel, wilayah, umur, tingkat pendidikan, dan pendapatan, mempengaruhi persepsi *soft power* diplomasi, dan ketiga pekerjaan adalah merupakan faktor yang mempengaruhi *Soft power* budaya.

Pencapaian nyata dari upaya nasional Korea untuk meningkatkan *Soft power* telah ditunjukkan sebagian besar melalui booming budaya populer Korea Selatan di luar negeri, sebuah fenomena yang dikenal sebagai “Korean Wave”. Salah satu contoh disebutkan bagaimana budaya populer Korea diperkenalkan di luar negeri adalah ketika menyiarkan drama sinetron Korea di negara lain agar meningkat keakraban negara dengan Korea Selatan. Drama yang mulai populer dan sukses, banyak drama Korea telah diekspor ke luar negeri, dan kesuksesan itu menyebabkan booming dalam musik pop Korea. Selain

itu, berbagai Korean show telah tampil di seluruh dunia. Keberhasilan drama dan Korean show telah membantu meningkatkan citra positif bangsa dan menimbulkan kepentingan internasional terhadap negara Korea (Baek, 2014).

Tulisan ketiga merupakan tulisan yang berjudul *Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)*, Oleh Kim Bok Rae Dalam jurnal ini menjelaskan Hallyu sebagai fenomena yang mulai populer pada tahun 1990-an. Jurnal ini menganalisis tentang Hallyu dan sejarahnya dari mulai Hallyu 1.0 hingga Hallyu 4.0 juga sebagai arah masa depan dan prespektif baru Hallyu. Hallyu 4.0 yaitu K-style, kemudian Hallyu 2.0 yaitu musik K-pop pada dan Hallyu 3.0 K-culture, dan 1.0 adalah K-drama.

SNS berkontribusi besar dalam penyebaran Hallyu, SNS atau media sosial seperti facebook, twitter, dan youtube cepat menyebarkan Hallyu. Pada abad-21 Hallyu masih menjadi perbincangan di semenanjung Korea Konteks budaya yang mulai bergandengan dengan politik. Hallyu juga disebutkan dapat menjadi strategi transformasi budaya dengan menargetkan ceruk pasar di Asia Timur sesuai dengan globalisasi budaya.

Adanya reaksi anti Hallyu juga terlihat namun hal tersebut digambarkan tidak lebih penting dari strategi Hallyu dimasa depan dengan mengembangkan daya tarik Korea dengan dilakukannya proses sublimasi standar Korea menjadi standar Asia Timur pada abad-21 sehingga dapat bersaing dengan AS. Cina, Jepang, Asia Tenggara

juga memasuki Hallyu. hallyu sama sekali berbeda dari imperialisme budaya. Karena orientasi utama gelombang Korea. Dikatakan bahwa Hallyu bukanlah imperialisme budaya yang hegemonik, melainkan “gelombang dunia” yang secara harmonis merangkul segala macam budaya global (Bok-rae, 2015).

Tulisan keempat yang dijadikan penulis sebagai referensi yaitu jurnal berjudul *Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan dan Indonesia*, Oleh Leonardo dari Universitas Komputer Indonesia. Jurnal ini menjelaskan besarnya popularitas Hallyu di Indonesia. Penggunaan popularitas K-drama dan K-musik di dimanfaatkan oleh presiden Kim Dae Jun sebagai peluang Korea Selatan lepas dari krisis. Dan selama pergantian kepemimpinan kebudayaan Korea Selatan terus menjadi unsur yang diterapkan Korea Selatan bagi perekonomiannya. Dalam jurnal ini menganalisis bagaimana Hubungan Bilateral Korea Selatan dan Indonesia yang juga berkaitan dengan Korean Wave yang menjadi fenomena di Indonesia. Dalam tulisan ini hubungan Korea Selatan dan Indonesia memiliki hubungan yang positif hingga masuknya kebudayaan Korea juga diterima baik oleh Indonesia.

Hallyu telah berkembang menjadi alat Korea Selatan sebagai diplomasi budayanya yang mencakup semua budaya Korea Selatan dari tradisional hingga budaya populernya. Adanya keterlibatan Hallyu yang dijadikan *soft diplomacy* bagi hubungan antar kedua negara yaitu Bilateral Indonesia dan Korea Selatan. Dalam pelaksanaannya ada empat

point yang dijadikannya sebagai tahap diplomasi budaya di Indonesia yaitu *people to people contact* bersifat *non profit* , pembuatan kebijakan. perjanjian dengan tujuan menunjang keberadaan budaya itu sendiri, selanjutnya masuknya aktor profit yaitu beberapa nya adalah investor, pengusaha, artis, dan aktivis, dan barulah mengarah ke pembicaraan untuk membuat perjanjian dibidang lainnya.

Meskipun adanya kendala dalam penyebarannya Hallyu terus meningkat di Indonesia yang tentunya juga ada keuntungan dan kerugian bagi ikatan kedua negara. Dalam tulisan ini keterlibatan Korean Wave menjadi soft diplomacy antar hubungan bilateral Korea Selatan dan Indonesia disebut instrumen untuk memperlancar berjalannya negosiasi supaya kebutuhan nasional Korea tercapai. Perkembangan popularitas di Indonesia bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan dan juga kreatifitas masyarakat juga bagi Indonesia sendiri masuknya kebudayaan Korea dapat mengancam industri-industri lokal dalam berbagai bidang termasuk industri musik, makanan, dan perfilman lokal. Hubungan bilateral Indonesia-Korea selatan semakin intens di bidang kebudayaannya untuk membangun citra yang baik bagi kedua negara (Leonardo, 2019).

Tulisan kelima, penulis mereview skripsi karya Kartika Dewi Nugraha dari Universitas Katolik Parahyangan yang berjudul *Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indoneisa melalui drama "Goblin"*. Skripsi ini berisi , melihat *hard power* yang telah kehilangan efektifitasnya dan bergeser pada konsep *soft power* di era globalisasi. Diplomasi yang termasuk kedalam *soft diplomacy* menggunakan asset negaranya untuk

menarik perhatian negara lain. Seperti yang dilakukan negara Korea selatan yang menggunakan drama “*Goblin*” sebagai alat diplomasinya. Drama ini sebagai alat diplomasi yang masih termasuk kedalam *soft diplomacy*.

Drama yang menyebar di Indonesia sering menjadi perbincangan masyarakat salah satunya drama “*Goblin*” ini. Menurut skripsi ini banyak K-drama yang populer mulai dari tahun 2000-an hingga 2010. Drama *Goblin* ini sempat di tayangkan di TV Lokal Indonesia yaitu Global TV dan drama ini mendapat julukan karena popularitasnya yang meningkat dengan sebutan “demam *Goblin*”. Drama ini juga menyelipkan budaya-budaya korea dalam adegannya seperti penggunaan tempat dan pakaian tradisional Kore Selatan. Korean drama cukup sukses di Indonesia dengan antusias masyarakat Indonesia. Korea melakukan diplomasi budaya melalui drama *Goblin* sebagai salah satu praktiknya meningkatkan citra positif di negara Indonesia.

Dalam studi kasus ini terdapat perbedaan, yaitu skripsi tersebut berfokus membahas bagaimana diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia melalui drama “*Goblin*”. Sedangkan penulis menggunakan studi kasus pengaruh diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia melalui *K-Show Youn’s Kitchen*. Namun adanya kesamaan dalam strategi Korea Selatan yang menggunakan *Korean Wave* dalam Diplomasi Budayanya. Dan skripsi ini menggunakan *K-drama “Goblin”* dan penulis menggunakan *K-Show “Youn’s Kitchen”* dimana *K-drama dan K-Show* menjadi bagian dari *Korean Wave*.



## **1.2 Kerangka Teoritis**

Untuk mempermudah prosedur penelitian penulis akan menyantumkan teori-teori yang bersangkutan dengan tema penelitian ini. Digunakannya teori-teori tersebut sebagai fondasi untuk memperkuat pondasi analisis yang akan dibahas. Teori yang akan digunakan yaitu :

### **1.2.1 Hubungan Internasional**

Hubungan Internasional ditandai dengan berakhirnya perang dingin dengan dan runtuhnya Uni Soviet yang memberikan harapan kepada dunia dengan kehidupan yang dapat diselimuti oleh keadaan tatanan dunia yang damai, aman dan sejahtera. Hubungan Internasional yang didalamnya terdapat interaksi antar dua negara atau lebih. Mc. Clelland menjelaskan bahwa Hubungan Internasional yaitu Studi tentang interaksi anantara jenis kesatuan-kesatuan sosial tertentu, yang didalamnya juga studi tentang keadaan-keadaan relevan yang mengelilingi interaksi (McClelland, 1986). Hubungan internasional menurut Mc.Clelland tersebut dapat menjelaskan hubungan internasional sendiri adanya kaitan dengan berbagai interaksi yaitu antar masyarakat, antar negara, hal itu dilakukan pemerintah maupun masyarakat.

Menurut Jonathan Cristol mengatakan bahwa teori Hubungan Internasional adalah teori yang berusaha untuk memperjelas tindakan negara di masa lalu dan memprediksikan perilaku dimasa depan. Teori Hubungan Internasional juga melihat prespektif yang mencoba

menyajikan sebuah kerangka konseptual dimana Hubungan Internasional dapat di analisis (Bakry & Suryadi, 2017). Dalam teorinya hubungan internasional masyarakat juga berperan dalam negara. Wight mendefinisikan teori hubungan internasional adalah sebagai suatu tradisi berspekulasi tentang masyarakat negara, atau keluarga bangsa-bangsa, atau komunitas internasional, berhadapan dengan teori-teori politik yang lebih melihatkan unsur spekulasi mengenai negara.

Richard Ned Lebow dalam bukunya yang berjudul *A cultural theory of international relation* memperkenalkan teori konstruktivisnya sendiri tentang tatanan politik dan hubungan internasional berdasarkan teori motif dan pembentukan identitas yang diambil dari Yunani kuno (Lebow & Lebow, 2008). Teorinya menekankan kebutuhan manusia akan harga diri, dan menunjukkan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku politik di setiap tingkat agregasi social. Hubungan Internasional merupakan ilmu yang mencakup suatu hubungan antar negara. Tidak hanya unsur politik didalamnya namun terdapat unsur lainnya seperti ekonomi, social, budaya, dan juga *cultural exchange*. Hubungan internasional juga diartikan sebagai bentuk interaksi pelaku atau aktor yang tindakannya juga kondisinya memiliki suatu konsekuensi penting terhadap aktor lain diluar yuridiksi efektif unit politik.

Dan adanya suatu interaksi beberapa aktor didalamnya yang meliputi negara-negara, organisasi internasional, organisasi non-pemerintah, kesatuan subnasional dan juga individu-individu. Sebagai dasarnya hubungan internasional memiliki tujuan dasar mempelajari

sikap internasional dimana adanya perilaku dari aktor negara dan non-negara di suatu ruang lingkup internasional. (Perwita & Yani, 2017)

Fenomena-fenomena yang terjadi juga mempengaruhi teori hubungan internasional. Seperti hubungan internasional kontemporer yang melihat bagaimana pola hubungan dengan adanya identifikasi mengenai kesinambungan dan perubahan terhadap semua aspek hubungan internasional. Dalam teori Hubungan Internasional Power juga berkaitan dengan tujuan aktor Hubungan Internasional dimana dengan tujuan setiap aktor adalah power. Power yang merupakan kemampuan untuk memperoleh apa yang diinginkan.

Hubungan internasional antar negara selalu dibarengi dengan Kepentingan Nasional dan untuk menjalankan hubungan internasional suatu negara perlu memiliki kepentingan nasional tersebut. Kepentingan nasional menjadi salah satu strategi yang paling penting untuk menjalankan suatu interaksi hubungan internasional. (Racman, 2019)

Dengan teori tersebut mampu mendorong analisis mengenai hubungan Indonesia dan Korea Selatan dan menghasilkan kerjasamanya melalui aspek budaya yang dilakukan dengan aktor negara dan non-negara.

### **1.2.2 *Soft power***

*Soft power* muncul dengan adanya pergeseran dalam ruang lingkup masyarakat internasional sebagai upaya dalam pencegahan mengenai penyelesaian suatu konflik *Soft power* merupakan diplomasi

yang menggunakan kekuatan kerjasama ekonomi maupun kebudayaan sebagai lawan *hard power* melihat berdasar pada kekuatan militer (Shoelhi, 2011).

Pada pertama kalinya diperkenalkan oleh Joseph Nye pada tahun 1990 Konsep "*soft power*" dibentuk pada awal 1990-an oleh ilmuwan politik Amerika pemerintahan Clinton, dan kemudian menjadi dekan Kennedy School of Management di Universitas Harvard, Joseph Nye. Ide-ide Profesor Amerika J. Nye diizinkan untuk dilihat dengan segar

pada interpretasi konsep "*power*", memicu perdebatan ilmiah dan merangsang praktik sisi politik internasional (Valieva, 2018). *Soft power* akan lebih relevan digunakan pada era Globalisasi saat ini dengan mengandalkan kekuatan asset-aset suatu negara seperti kebudayaan. Konsep *Soft power* bertentangan dengan konsep *hard power* yang dapat mengancam kedamaian dunia. *Soft power* sebagai kemampuan agar mendapatkan suatu yang seseorang atau suatu pihak inginkan melalui simpati atau daya tarik daripada pemaksaan atau pembayaran. Daya tarik budaya muncul dari tujuan politik, dan kebijakan suatu negara. *soft power* bisa jadi dikembangkan melalui hubungan dengan sekutu, bantuan ekonomi, dan pertukaran budaya. Berbeda dengan *hard power* atau penggunaan paksaan, Nye berpendapat bahwa "yang lebih menguntungkan" opini publik dan kredibilitas di luar negeri. Pada diplomasi di abad ke-21 akan bergerak ke arah aktif memanfaatkan

pengaruh opini publik yang berdampak pada penguatan diplomasi publik (Jang & Paik, 2012).

Thomas L. Ilgen menjelaskan dinamika hubungan di abad kedua puluh satu telah dibentuk oleh preferensi Amerika untuk menggunakan kemampuan hard power yang cukup besar, sementara Eropa lebih suka memanfaatkan sumber daya *soft power* yang cukup besar yang telah tumbuh dari internal (Ilgen, 2016). Preferensi penggunaan hard power dan *soft power* yang berbeda ini memiliki dampak yang berbeda pada pengelolaan keamanan, ekonomi, hubungan sosial dan budaya.

Conway W.Henderson dalam bukunya *International Relations: Conflict and Cooperation at the Turn of the 21st Century*, *Soft power* juga merupakan cara negara untuk mempengaruhi aktor lain. Konsep *Soft power* yaitu kapasitas untuk membujuk atau meyakini aktor lain yang dapat memberi pengaruh besar dan negara yang memberi pengaruh besar ini adalah negara yang unggul dalam ideologi, budaya, martabat, atau sukses dalam segala hal. Negara yang memberi pengaruh paling besar dan dapat membuat negara lain menjadikannya sebagai pedoman atau contoh besar (Henderson, 1998).

Cara kerja *soft power* dalam sederhananya dapat dijabarkan dengan bagaimana suatu negara mengeluarkan daya tariknya terhadap negara lain menggunakan rayuan dan simpati agar tertarik terhadap suatu negara dan mampu mencapai tujuannya. Tujuan *soft power* sendiri adalah membentuk citra positif terhadap mata dunia.

Namun *soft power* dan *hard power* memiliki kesamaan yaitu dua konsep ini memiliki sifat untuk mempengaruhi kedua belah pihak. Meskipun memiliki sifat yang sama namun *soft power* dianggap lebih efektif dari *hard power*. Sumber utama dari *soft power* sendiri dapat dilihat adalah budaya dengan didorong dengan kebijakan luar negeri dan nilai politiknya. *Soft diplomacy* dalam menggunakan instrument lebih berpihak pada mekanisme pertukaran melalui cara pembelajaran melebihi aksi atau perilaku sebelumnya yang ditujukan untuk menarik perhatian lawan atau pihak lain dalam pemaknaan unilateral seperti instrument kebudayaan. (Yani & Lusiana, 2018)

*Soft power* lebih sulit jika melihat banyak dari sumber dayanya yang penting berada di luar kendali pemerintah, dan pengaruhnya sangat bergantung pada penerimaan atau khalayak. Selain itu, sumber daya *soft power* biasanya bekerja dengan cara tidak langsung dengan membentuk lingkungan untuk kebijakan, juga sesekali membutuhkan waktu lama bertahun-tahun agar menghasilkan hasil yang diinginkan.

### **2.2.3 Diplomasi publik**

Diplomasi publik adalah bidang praktik baru dan merupakan praktik dari *soft power*. Tukisan Mark Leonard dalam bukunya berjudul *Publik Diplomacy* menyatakan diplomasi publik yaitu sebuah proses untuk menciptakan hubungan dengan cara saling memahami dengan memahami kebutuhan budaya, dan masyarakat memberikan pandangan; membenarkan persepsi yang kurang di masyarakat internasional dan mencari kesamaan pada pandangan bagian pemerintah

(Marlinda, 2017). Diplomasi publik dengan menarik perhatian ketika diplomasi itu jatuh dari bawah pengawasan media dan opini publik. Diplomasi publik yang menjadi area lebih besar selama era perang dingin dengan didominasi oleh kampanye untuk menggalang dukungan untuk keseimbangan yang rapuh antara senjata nuklir dan pertempuran ideologis untuk hati dan pikiran dari orang-orang di seluruh dunia.

Diplomasi publik banyak diteliti tentang berbagai alat negara adidaya dan negara-negara lain yang digunakan untuk mencapai tujuan internasional maupun nasional. Edmund Gullion mendefinisikan Diplomasi publik juga berkaitan dengan adanya pengaruh perilaku publik terhadap formasi dan berjalannya kebijakan luar negeri. Dan menurut Nicholas J. Cull berpendapat diplomasi public dapat dikategorikan dalam lima bagian, yakni advokasi, mendengarkan, pertukaran diplomasi, diplomasi budaya, dan penyiaran berita internasional (Marlinda, 2017).

#### **2.2.4 Diplomasi Budaya**

Kebudayaan merupakan aset setiap negara yang perlu dijaga sebagai ciri khasnya yang didalamnya mencakup kesenian dan makanan tradisional. Menurut Jerald G and Rober definisi budaya berasal dari suatu program bersama dimana mensyaratkan respons individual pada lingkungannya ia menjelaskan bahwa budaya dapat dilihat dalam perilaku sehari-hari. Webster's New Collegiate Dictionary menjelaskan bahwa budaya sebagai bentuk terintegrasi dari sikap manusia yang didalamnya terbagi menjadi pikiran, pembicaraan,

tindakan, dan artifak serta keterkaitan pada kapasitas orang untuk memperhatikan, dan meneruskan ilmu kepada generasi penerus (Sumarto, 2019). Menurut definisi tersebut kebudayaan terus hadir dalam perkembangan dunia, hadirnya suatu budaya yang terus di sesuaikan dan hadirnya budaya asing dari kemajuan jaman akan mempengaruhi kehidupan sehari-hari di setiap negara.

Budaya antar negara memiliki keragaman yang berbeda dan hal tersebut dapat diperkenalkan ke dunia sebagai salah satu cara membangun citra diri suatu negara atau hal tersebut juga dapat disebut dengan diplomasi budaya. Menarik perhatian masyarakat asing terhadap negara membuka berbagai peluang untuk suatu negara. Diplomasi budaya dapat direalisasikan dengan berbagai caranya beberapa caranya melalui festival kebudayaan tradisional suatu negara dan festival makanan. Diplomasi budaya didefinisikan sebagai untaian atau bagian dari diplomasi publik. Perpaduan antara diplomasi publik dan *soft power* telah menjadi formula pertukaran dan program budaya internasional bekerja dalam kegiatan diplomatik kontemporer dan telah membawa perspektif tentang seni dan budaya sebagai sarana *soft power* (H. Kim, 2017)

Dalam buku yang berjudul *Diplomasi Kebudayaan Konsep Dan Relevansi Bagi negara Berkembang Studi Kasus Indonesia*. Diplomasi bukan hanya berarti sebagai perundingan atau sebuah negosiasi namun juga cara menyikapi antar bangsa dengan cara damai maupun keadaan perang. Kebudayaan yang dapat dianggap mikro dan makro yang



menganggap hubungan antar bangsa melibatkan aspek kebudayaan yang luas (Warsito & Kartika, 2016).

Sebagaimana praktik diplomasi berjalan saat ini yang bukan hanya melalui aktor negara, diplomasi budaya dilakukan oleh negara-negara, negara-masyarakat, dan masyarakat. Memanfaatkan kemajuan teknologi dan media, saat ini diplomasi budaya dapat melibatkan media yang memiliki koneksi hingga berbagai negara. Diplomasi budaya memiliki potensi yang lebih berharga sebagai alat suatu negara.

Diplomasi kebudayaan dapat menunjukkan kepribadian suatu negara dan juga berhubungan dengan masyarakat dan diplomasi budaya sebagai citra yang ditampilkan di luar negeri. (Bakry, 2017) Konsep diplomasi budaya sebagai pendukung pelaksanaan politik luar negeri, tidak hanya menggunakan promosi budaya (*cultural promotion*) juga dapat diterapkan dari pertukaran budaya (*cultural exchange*). Akira Iriye seorang ahli mengakui suatu kebudayaan merupakan bagian penting yang dapat mempengaruhi politik luar negeri. Diplomasi budaya merupakan investasi jangka panjang, tanpa jaminan dividen diplomasi budaya membantu untuk menciptakan suasana positif di sekitar bangsa yang budayanya dipromosikan (Goff, 2020).

Diplomasi budaya umumnya dibingkai dalam hal yang lebih damai dengan kapasitas persuasi dan daya tarik yang memungkinkan negara untuk membangun hegemoni tanpa menggunakan metode koersif (Zamorano, 2016). Kebudayaan mempunyai jiwa yang akan terus hidup, kebudayaan akan terushadir dan muncul, dari tempat

ketempat, dari individu ke individu dan dari masa ke masa (Nahak, 2019).Diplomasi budaya yang muncul dari semua kontribusi mencakup berbagai praktik yang kompleks dan terkadang kontradiktif, di mana tujuan, teknik penyampaian, dan asumsi dampak dan efek sering kali tidak selaras karena ruang lingkup dari apa yang dilihat sebagai diplomasi budaya memiliki cakupan yang luas, mencakup banyak bagian pengakuan budaya antara bangsa dan budaya. Dalam berjalannya diplomasi budaya tradisional didasari dari pertukaran sosial dan budaya seperti keterlibatan orang ke orang, proyek kolaboratif, dll(Ang et al., 2015)

#### **2.2.5 Korean Wave/ Hallyu**

Gelombang Korea atau Korean Wave disebut juga dengan Hallyu dalam Bahasa Korea. Korean Wave memanfaatkan popularitas untuk menciptakan citra negara Korea Selatan. Korean Wave mendunia dan menjadi perhatian dunia. Salah satu fenomena yang mendunia dari Korean Wave yaitu demam PSY's Gangnam Style pada tahun 2012 (Jin, 2016). Korean Wave menjadi sebuah penghibur yang pada dasarnya dinikmati oleh masyarakat luas dan memiliki penilaian berbeda di mata setiap individu(Putri et al., 2019)

Meningkatnya popularitas budaya Korea Selatan dimulai dan dipromosikan sebagai kebijakan resmi pemerintah Korea sendiri untuk memperkuat perekonomian negara (Kuwahara, 2014). Korea bekerja memperkenalkan dan mempromosikan Korean Wave dari berbagai product, sector, brand dan lainnya. Korean Wave mencakup K-Food,

K-Pop, K-Drama, *K-Show*, K-Beauty, dan lainnya. Korean Wave menjadi salah satu budaya populer yang telah memasuki berbagai negara di dorong dengan kekuatan teknologi melalui media sosial dan situs maupun program television.

Industry budaya Korea Selatan sangat berperan penting dalam Korean Wave. Industri budaya didukung secara terus terang oleh pemerintah Korea Sendiri. Perkembangan Korean Wave diperjelas sebagai *soft power* budayanya dan bentuknya sebagai legitimasi internasional dan domestik. Dari Teori tersebut penulis mencoba membentuk asumsi-asumsi dadar untuk memunculkan hipotesis sebagai berikut :

1. Fenomena-fenomena yang muncul membentuk diplomasi tidak lagi dilakukan melalui aktor pemerintah namun semakin berkembang melalui aktor non-pemerintah.
2. Melalui Korean Wave yang juga termasuk kedalam budaya populer membantu mempromosikan budaya Korea Selatan dan secara tidak langsung mejadi sara kebijakan luar negeri untuk memeperkenalkan kebudayaannya dalam kuliner.
3. Program TV, media social dan teknolohi canggih lainnya di era globalisasi ini membuat fenomena pesat berkembang termasuk dalam perkembangan program-program Korea Selatan dalam memperkenalkan budayanya.

Kebudayaan di Korea Selatan diakui secara eksplisit sebagai pilar diplomasi dan terkait langsung dengan Kementerian Luar Negeri, kebijakan budaya yang telah lama dikaitkan dengan upaya diplomasi

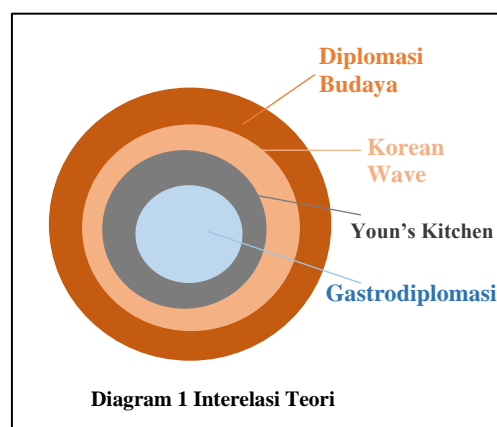
budaya Korea pertama-tama ditujukan pada internasionalisasi budaya Korea, untuk mengejar pengakuan budaya yang setara dengan status ekonominya yang meningkat, dan kemudian untuk memajukan pengakuan dan pemasaran produk dan jasa budayanya, terutama yang terkait dengan Korean Wave. Dengan adopsi wacana *soft power* awal dari strategi Korea untuk meningkatkannya status budaya, dan dalam prosesnya mencoba untuk mempengaruhi strategi dan ekonomi lainnya dan hal itu membawa perubahan dalam posisi institusional dari diplomasi budaya negara Korea Selatan (Ang et al., 2015).

#### **2.2.5 Youn's Kitchen**

Korea Selatan berhasil secara bertahap meningkatkan kesadaran nasional, mendorong investasi ekonomi pemikiran pariwisata dan perdagangan, dan mempromosikan keterlibatan budaya melalui program-program Tv nya salah satunya Youn's Kitchen. Youn's Kitchen merupakan salah satu pelaku diplomasi budaya yang menggunakan gastrodiplomasi, program TV yaitu TVn yang juga sebagai aktor non pemerintah dimana kegiatan Youn's Kitchen memicu adanya hasil yang didapatkan dari validasi oleh audiens yang menonton maupun terlibat. Penonton atau audiens akan memberikan reaksi serta menggiring hasil dari keberhasilan dan tidaknya program tersebut. Youn's Kitchen juga termasuk kedalam reality show yang menampilkan tayangan seperti tanpa adanya skenario. Reality show TV yang menjadi faktor pendorong masyarakat menarik hubungan antara program TV dan informasi. Program menggairahkan minat pemirsa dengan memberikan informasi

tentang kuliner Korea Selatan menggabungkan fitur format reality show dengan program hiburan, dan memanfaatkan elemen penceritaan dalam program(Bae et al., 2019).

Youn's Kitchen menjadi salah satu gambaran dari restoran yang tersebar di negara Indonesia dan masih berkaitan dengan perkembangan Korean Wae. Reality Show atau K-Show ini menjalani cara kerjanya yang memikat penonton dan meninggalkan bentuk dari suatu negara. Program K-Show You's Kitchen di adakan di Gilitrawangan juga memperlihatkan kehidupan yang dijalani dalam mendirikan sebuah restoran di Indonesia, bagaimana turis yang berada di Gilitrwangan menyukai masakan Korea Selatan. Dengan dimulainya program Youn's Kitchen pada tahun 2017 perkembangan akan diikuti sesuai dengan perkembangan Korean Wave di Indonesia. Program Tv yang para pemainnya menggunakan artis dan dapat menarik perhatian masyarakat asing terhadap suatu negara memberikan gambaran besar mengenai keterlibatan aktor non pemerintah di dalam hubungan Internasional merupakan hal yang penting.



Diplomasi budaya menjadi dasar pembahasan yang dipicu dengan adanya perkembangan mengenai Korean Wave di Indonesia dengan menggunakan pengenalan terhadap kuliner atau gastrodiplomasiya melalui salah satu program TVn yang memperlihatkan langsung bagaimana Korea mengemudikan arah Korean Wave terhadap reaksi dan minat mengenai kuliner atau makanan Korea Selatan di Indonesia terhadap wisatawan Asing. Diplomasi budaya yang dilakukan aktor non pemerintah yaitu Youn's Kitchen diperkirakan adanya keikut sertaanya dalam peningkatan apresiasi masyarakat Indonesia.

Program Tv Youn's Kitchen menjadi alat diplomasi yang efektif dalam perjalanannya. Melalui Youn's Kitchen terjadi bentuk suatu interaksi antar manusia bahkan antar bangsa dan di barengi dengan suatu apresiasi yang muncul, dalam hal tersebut dimanfaatkan menjadi sarana penunjang kegiatan diplomasi suatu negara (Shoelhi, 2011). Apresiasi dijelaskan sebagai proses atau langkah untuk mengenal, memahami, dan menikmati bahkan menghayati sesuatu. Berdasarkan cara yang muncul dalam diri seseorang adanya apresiasi menciptakan beberapa tingkatan pada tingkatan: tingkat implikasi, penghayatan, pemahaman, penghargaan dan penikmatan (Kemendikbud, 2017). Dengan apresiasi masyarakat Indonesia adanya peningkatan ekonomi, laju pariwisata internasional dan hadirnya informasi mendunia merupakan faktor dominan yang memimpin transformasi sosio serta ekonomi di Indonesia dan perubahan itu menghadirkan dampak baik dalam memahami nilai dan budaya bangsa lain (Hum, 2019).

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritis tersebut langkah selanjutnya yaitu mengajukan hipotesis atau merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang dirumuskan. Dari adanya susunan teori, konsep dan asumsi di atas tersebut penulis menarik jawaban sementara sebagai berikut : **“Dengan Pengaruh Diplomasi Budaya Melalui K-Show Youn’s Kitchen Diperkirakan Akan Dapat Meningkatkan Apresiasi Masyarakat Indonesia Terhadap Budaya Kuliner Korea Selatan.”**

### 2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator

Tabel 1.1

<b>Variable dalam hipotesis (Teoritik)</b>	<b>Indikator (Empirik)</b>	<b>Verifikasi (Analisis)</b>
<b>Variable bebas :</b> Peran Program Youn’s Kitchen dalam mengenalkan budaya kuliner Korea Selatan.	1. Program <i>K-Show Youn’s Kitchen</i> di Gili Trawangan 2. Memperkenalkan makanan Korea Selatan yang populer 3. Korea Food festival di Indonesia	1. Program Tv Korea mengenai pengenalan budaya khususnya kuliner Korea yang melakukan syuting <i>K-Show Youn’s Kitchen</i> berlokasi di Indonesia ( <a href="http://program.tving.com/tvn/younskitchen">http://program.tving.com/tvn/younskitchen</a> ) 2. Menjadi populer destinasi Lombok dalam

		<p>K-Show Youn's Kitchen di bahas di salah satu Tv lokal Korea Selatan dan meningkatkan ketertarikan wisatawan Korea Terhadap Indonesia</p> <p>(<a href="http://www.arirang.com/Player/Clips.asp?vSeq=12915">http://www.arirang.com/Player/Clips.asp?vSeq=12915</a>)</p> <p>3. Macam-macam kuliner Asli Korea dan sering ditampilkan di berbagai tayangan Korea Selatan yaitu Korean drama, reality show dan tayangan Korea lainnya</p> <p>(<a href="https://www.visitkorea.or.id/article/menjelajahi-rasa-asli-kuliner-korea-01">https://www.visitkorea.or.id/article/menjelajahi-rasa-asli-kuliner-korea-01</a>)</p> <p>4. Korean Food Festival yang di adakan di Indonesia dalam memperkenalkan</p>
--	--	--

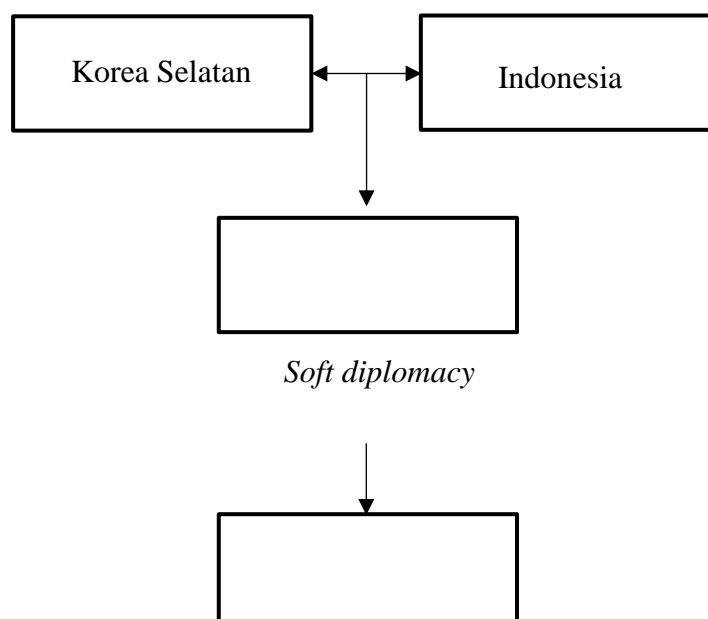


		<p>kebudayaan Korea</p> <p>Selatan termasuk K-Food</p> <p>(<a href="https://id.korean-culture.org/id/486/board/232/read/92368">https://id.korean-culture.org/id/486/board/232/read/92368</a>)</p>
<p><b>Variabel Terikat :</b></p> <p>Pengaruh budaya Korea Selatan dalam meningkatkan apresiasi masyarakat Indonesia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyebarinya K-Food.</li> <li>2. Korean Wave terus meningkat</li> <li>3. Peningkatan apresiasi masyarakat Indonesia terhadap kuliner Korea Selatan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Budaya Kuliner Korea yang menjadi tren serta penyebarannya ke berbagai dunia (<a href="http://www.foodbank.co.kr/news/articleView.html?idxno=58394">http://www.foodbank.co.kr/news/articleView.html?idxno=58394</a> )</li> <li>2 Adanya Korean Wave di dunia sebagai budaya populer yang terus meningkat termasuk di Indonesia (<a href="https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=159075">https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=159075</a>)</li> <li>3 Meningkatnya kuliner atau makanan korea di Indonesia dari adanya penyebaran Korean Wave seperti drama dan reality show</li> </ol>

		<a href="https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=143660">https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=143660</a>
--	--	---

## 2.5 Skema dan Alur Penelitian

PENGARUH DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI *K-SHOW* YOUN'S KITCHEN (DI GILI TRAWANGAN) DALAM MENINGKATKAN APRESIASI MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP BUDAYA (KULINER) KOREA SELATAN.



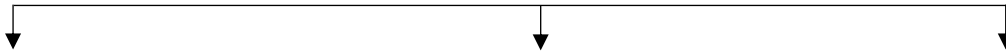
Diplomasi Budaya

Korea Selatan



Mempromosikan budaya kuliner  
Korea Selatan melalui

Youn's Kitchen



Meningkatkan apresiasi  
terhadap budaya  
kuliner Korea Selatan

Meningkatkan mutual understanding  
juga terbentuknya citra positif  
Korea Selatan di Indonesia.

Menciptakan daya Tarik untuk  
terus menjalin Kerjasama di  
bidang budaya antar dua negara