

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literature Review

Dalam menyusun sebuah karya ilmiah tentunya akan selalu berhubungan dengan penelitian terdahulu. Literatur Review adalah sebuah teori atau bahan bacaan yang digunakan dalam berbagai aktivitas yang didapatkan dari sumber terpercaya untuk digunakan sebagai rangka pemikiran awal.

Pada skripsi penulis ini, semaksimal mungkin bagi penulis untuk menemukan penelitian yang sudah ada sebelumnya dan tentu harus berkaitan pada pembahasan karya tulis ini. Adapun Literature yang sudah didapatkan itu penulis dapatlan dari jurnal, web berita resmi, skripsi dan penelitian lainnya. Tujuan Literatur Review dari penelitian penulis adalah untuk memberitahu para pembaca mengenai Kontribusi ekonomi dari diplomasi publik Korea Selatan melalui produk K-Drama ke Indonesia. Berikut Literatur Review yang penulis gunakan sebagai bahan sumber untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut penulis sebagai pedoman dalam menyusun skripsi ini:

- Yang pertama ada buku yang berjudul Diplomasi antara Teori & Praktik yang ditulis oleh Sukawarsini Djelantik . Dalam buku ini dijelaskan bahwa Diplomasi Publik telah berkembang pesat terutama dalam dua decade terakhir. Peranan diplomasi publik disini bukan berarti untuk menyingkirkan kedudukan tapi bermaksud untuk melengkapi usaha yang sudah dilakukan sebelumnya. Di zaman sekarang pikiran serta opini dari kahalayak ramai dapat mempengaruhi perbuatan pemerintah. Disinilah penulis memakai literature ini sebagai perbandingan

diplomasi mana yang tepat dan sesuai dengan kasus program penayangan produk Korean Drama yang dilakukan Korea Selatan ke Indonesia.

- Yang kedua ada buku yang berjudul Diplomasi Publik Meretas Jalan Bagi Harmoni Dalam Hubungan AntarNegara yang ditulis oleh Iva Rachmawati . Buku ini telah menjelaskan Korea Selatan adalah negara yang sudah melakukan aktifitas diplomasi Publik pada negaranya. Sebuah rancangan yang mengarah pada kesanggupan negara untuk mengangkat citra positifnya melalui buday dan kebijakan politiknya. Pada buku ini menjelaskan bahwa sebelum zamannya Korean Wave cenderung dapat dikatakan hanya sedikit masyarakat Asia yang mengerti tentang budaya Korea hal ini membuat mereka hanya melihat dari sisi negative Korea Selatan yaitu melalui perang Korea, kemiskinan negaranya dan instabilitas politiknya. Akhirnya Korea Selatan telah meletakkan diplomasi publik dalam konteks yang lebih menjurus yaitu diplomasi budaya. Namun, ada hal yang perlu diperhatikan, apabila hanya sekedar memperhatikan konteks kebudayaan saja tanpa mencermati usaha untuk memahami dan menerima kultur masyarakat negara lain maka hal ini bukan bagian dari diplomasi public karena sejatinya untuk membangun hubungan antarnegara perlu saling mengerti bukan hanya satu pihak saja yang menerima.
- Selanjutnya Jurnal yang dibuat oleh Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani & Ferdian yang berjudul: Pencapaian Kepentingan Korea Selatan Melalui Diplomasi Publik Korean Wave . Pada penelitian ini berfokus pada strategi diplomasi publik Korean Selatan melalui Korean Wave dengan tujuan untuk mencapai kepentingan negaranya, namun pada penelitian ini mengemukakan bahwa kesuksesan pelaksanaan diplomais publik melalui penggunaan budaya Korea Selatan yang

sangat terkenal di kalangan kawula muda di kota padang, belum berhasil dalam mencapai kepentingan yang diinginkan oleh pemerintah. Yang membedakan penelitian penulis yaitu akan terfokus pada strategi pemerintah Korea Selatan dalam melakukan diplomasi publik negaranya melalui produk budaya Korea Selatan dan membuktikan bahwa produk ini bisa mencapai kepentingan negara Korea Selatan pada faktor perekonomian negaranya. Dan budaya Korea Selatan ini telah berhasil memberikan kontribusi untuk negaranya.

2.2 Kerangka Teoritis

Kerangka Teoritis adalah sebuah teori yang akan dijadikan landasan untuk berfikir dan melakukan sebuah penelitian atau untuk mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan. Setiap penelitian selalu menggunakan teori, seperti yang dikemukakan oleh Kerlinger (1978) “Theory is a set of interrelated construct (concepts), definitions, and proposition that present a systematic view of phenomena by specifying relations among variables, with purpose of explaining and predicting the phenomena. (Sugiyono, 2017) Dari sini dapat dikatakan bahwa tentu saja penulis perlu mengemukakan teori serta konsep dari pakar yang bersangkutan pada penelitian penulis untuk mengikhtisarkan hipotesis serta mendeskripsikan variable yang ada dalam skripsi ini. Penulis memasukan beberapa teori dan konsep, antara lain: Soft Power, Diplomacy, Publik Diplomacy, Culture Diplomacy, Nation Branding, Komunikasi Internasional

2.2.1 Hubungan Internasional

Teori Hubungan Internasional adalah teori yang berusaha menjelaskan kerangka kerja konseptual sehingga hubungan internasional dapat dianalisis.

Hubungan Internasional juga adalah studi ilmu yang membawa suatu fakta tentang dunia, fakta ini akan memiliki arti ketika adanya suatu model teoritis atau suatu bagan pemikiran sebagai wadah agar fakta tersebut dapat dijelaskan. Teori Hubungan Internasional juga meliputi teori yang saling berhubungan peduli dengan beberapa masalah politik internasional seperti adanya perang, kasus damai, membuat strategi ataupun melakukan diplomasi. (Dugis, 2016)

Pakar Ahli yang Bernama Bull juga telah mengatakan bahwasanya teori hubungan internasional juga meliputi teori tentang masyarakat internasional yang menjelaskan tentang negara, bangsa, serta kelompok-kelompok supranasional, transnasional dan subnasional yang membentuk politik global/dunia. (Dugis, 2016)

Cabang ilmu hubungan internasional berkembang sangat pesat, hubungan internasional juga merupakan suatu ilmu yang paling dinamis, lingkup kajian HI semakin luas seiring dengan perkembangan zaman. Hingga ada salah satu pakar ahli yang mendefinisikan hubungan internasional dalam prespektif bukan hanya sekedar membahas negara saja (*state centric model*). Bahkan pakar ahli yang bernama Karen Mingst, beliau mengatakan bahwa studi HI adalah studi yang membahas soal :

“Intercations among various actors that participate in international politics which include states, international organization, non-govermental organization, sub-national entities like bureaucracy and local government, and individual. International Relations is the study of the behavior of these actors as they participate individually and together in international political process” (Hadiwinata, 2017)

2.2.2 Soft Power

Salah satu pakar ahli yang bernama Joseph Nye menjelaskan, Soft Power bukan hanya sekedar kesanggupan berargumentasi dengan pihak lain agar pihak tersebut dapat setuju dengan pendapat atau keinginan kita namun sebuah kemampuan untuk “menarik” pihak lain tersebut. Kemudian, dari ketertarikan yang sudah dihasilkan tersebut nantinya dapat memicu pihak lain untuk meniru. Soft Power terbukti lebih mudah, murah, dan efektif dalam mencapai kepentingan nasionalnya (Ramadhan, 2009) Dalam *Soft Power : The Means To Success in World Politics*, Nye mendefinisikan Soft Power sebagai kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui atraksi ketimbang melalui koersi ataupun kekuatan finansial. Soft Power merupakan sesuatu jalan untuk membuat negara lain mempunyai kemauan sesuai dengan kemauan negara tersebut melalui konsep budaya serta cara berpikir yang dimiliki guna memperkenalkan citra positif dan pembentukan opini publik. (Pamungkas, 2011)

Dalam memanfaatkan *Soft Resources*, Korea Selatan menerapkan konsep Soft Power. Salah satu asset Soft Power Korea Selatan adalah Hallyu, yang berarti Korean Wave. Hal ini mengacu pada salah satu sumber Soft Power yang dikemukakan oleh Joseph Nye, yaitu Budaya (*Culture*) Ada dua bagian dari budaya, yang pertama High Culture sendiri diartikan sebagai seperangkat produk budaya yang memiliki standar terutama dalam seni yang dapat menarik perhatian para elit. Sedangkan Low Culture tercipta dari Teknik reproduksi dan imitasi, hal ini ditandai seperti: music, majalah, sampai budaya populer (pop culture) Pop Culture sendiri adalah Budaya massa, budaya yang dihasilkan dari dampak globalisasi yang sangat besar, bentuk budaya massa tersebut, seperti : film dan music. Pemicu terciptanya

Pop Culture ini karena adanya keuntungan dan Pop Culture sendiri sifatnya menghibur. Pada situasi ini kemudian Korea Selatan memanfaatkan penyebaran Pop Culture yang berupa produk-produk hiburan negaranya menjadi Soft Power. Penyebaran ini dinamakan “Gelombang Korea” Korean Wave. Korean Wave merperesentasikan aliran produk budaya populer Korea ke berbagai negara melalui media televisi, film, animasi, games, serta music populer. Pembentukan Korean Wave sebagai instrument Soft Power bagi Korea Selatan melibatkan unsur-unsur seperti, sumber, aktor yang terlibat, serta agenda setting dan attraction.

2.2.3 Komunikasi Internasional

Pada hakikatnya pengertian komunikasi adalah suatu proses memberikan symbol dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan mengubah sikap, pendapat, atau Tindakan. Yang dapat membedakan bidang-bidang komunikasi adalah pesan yang disampaikan dan media yang digunakan. Dikatakan Komunikasi Internasional karena perintah yang terkandung adalah *interests between nations* dan disampaikan melalui channel konperensi serta saluran resmi lainnya yang berada di dunia.

Dilihat secara paradigmatic, komunikasi internasional dipastikan oleh beberapa unsur, berikut beberapa unsur yang menentukan:

- Komunikator dan komunikan harus berasal dari negara yang berbeda
- Pesan yang diberikan tentu harus bersangkutan dengan masalah internasional.
- Saluran internasional

Adapun beberapa pengertian Komunikasi Internasional menurut para ahli, sebagai berikut:

Menurut Davidson dan George (2002:433) melihat komunikasi internasional sebagai suatu korelasi politik antar bangsa, mengatakan bahwa “ By international political communication, we refer to the use of communication by national states to influence the politically relevant behavior in other national states.”

Komunikasi internasional juga digunakan untuk menghindari konflik, dan sering digunakan untuk menjadikan maju kerja sama antar negara baik dalam hubungan bilateral maupun multilateral, meningkatkan citra dan reputasi suatu negara.

Komunikasi Internasional dalam prespektif bisnis, dilakukan oleh para pebisnis internasional atrau para pembuat keputusam untuk meningkatkan kerja sama di bidang ekonomi, industry, keuangan dan bisnis pada umumnya bagi peningkatan kesejahteraan masing-masing bangsa.

Seperti yang kita tahu bahwa setiap negara itu pasti memiliki kepentingan. Adanya konflik kepentingan antara satu negara dengan negara lainnya telah membuat semakin penting arti komunikasi internasiona untuk mempertemukan kesenjangan, menghindarkan konflik, menjembatani kepentingan dan memperkokoh system hubungan internasional . Tanpa adanya peran dari komunikasi internasional suatu negara dapat terkucil dari pergaulan. Agara dapat memberikan kontribusi dalam komunikasi internasional dan diperhitungan negara-negara lain dalam percaturan internasional, betapa pentingnya bagi suatu negara untuk menjadi well-informed tentang berbagai peristiwa internasional. Media massa internasional sebagai saluran yang memasok informasi dan berita tentang

berbagai perkembangan yang terjadi di dunia internasional terasa sangat dibutuhkan.

2.2.4 Diplomasi

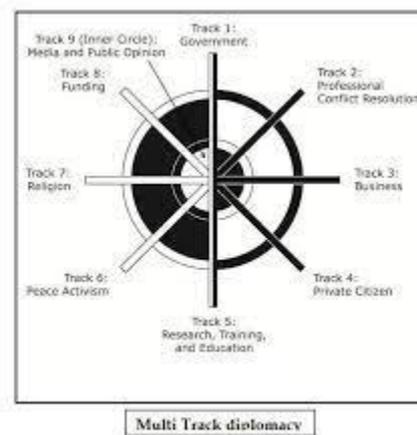
Diplomasi sendiri berasal dari kata Yunani “Diploun” yang artinya “melipat”. Menurut the Chamber’s Twentieth Century Dictionary diplomasi adalah sebuah seni dalam berunding, khususnya perjanjian di antara negara-negara dan sebuah keahlian politik. Kini Diplomasi adalah hal penting dalam kegiatan polugri sebuah negara karena dianggap sebagai senjata utama dalam mencapai kepentingan nasional yang berhubungan organisasi internasional ataupun negara lain. Diplomasi adalah kekuatan nasional yang bersifat kompherensif dengan momfokuskan pada perbedaan antar negara maupun antar pihak yang terlibat dalam sebuah musyawarah. Alat penting dari diplomasi adalah komunikasi dan negoisasi.

2.2.5 Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan salah satu jenis dari diplomasi. Istilah “Publik Diplomacy” diperkenalkan ke dalam sirkulasi ilmiah pada tahun 1965 oleh Edmung Gullion, seorang diplomat dan dekan Fakultas Hukum dan Diplomasi di Tufts University.

Diplomasi Publik bertujuan membangun pendapat masyarakat yang baik di berbagai bagaian mancanegara dengan cara melakukan komunikasi atau interaksi Bersama pihak-pihak penting. Oleh karena itu, para pelakunya dituntut untuk memiliki skill komunikasi karena akan selalu berhubungan dengan permasalahan polugri. Di era informasi, pendapat masyarakat dapat secara efektif mempengaruhi

Tindakan pemerintah. Cara kerja diplomasi multijalur yang digambarkan dalam bagain di bawah ini:



Gambar 2 9 jalur multitrack

Sumber: (Louise Diamond, 1996)

Gambar di atas menjelaskan bahwa posisi Sembilan aktor yang terlibat dalam diplomasi publik. Posisi masing-masing aktor memiliki fungsi masing-masing yang unik di dalam system. Meskipun para actor menempati posisi yang berbeda, akan tetapi mereka terakait satu sama lain dan saling berinteraksi untuk membangun kerja sama yang sinergis. Diplomasi Publik melibatkan partisipan dalam skala besar dan fokusnya terhadap masyarakat asing. Oleh karena itu, untuk memenuhi goals yang dimilikinya, pemerintah tidak hanya terfokus pada strategi diplomasi publik saja melainkan juga pada aksi dalam pembenahan negaranya. Efektivitas diplomasi publik diukur dengan adanya perubahan pikiran. Negara yang memiliki daya Tarik akan mendapatkan perhatian dari masyarakat asing. Semakin banyak masyarakat asing menaruh perhatian pada negara tersebut, maka semakin suatu negara tersebut menonjol.

Dan Korsel menjadi negara yang menjadikan diplomasi publiknya sebagai cara mempromosikan *Soft Power* negaranya. Diplomasi Publik ini dilakukan Korea Selatan agar meningkatkan pemahaman dan kepercayaan warga negara asing kepada Korea Selatan secara langsung atau bekerjasama dengan pemerintah melalui sector budaya, pengetahuan, pariwisata, kebijakan dll. Seperti yang kita tahu bahwa Korea Selatan menggunakan Korean Wave sebagai alat diplomasi negaranya. dan salah satu produk Korean Wave yaitu Drama Korea yang mendapatkan minat dari masyarakat asing.

2.2.6 Diplomasi Budaya

Menurut Kartini Sabekti (2007:59), kebudayaan adalah akses penopang bagi diplomasi dan dapat menumbuhkan rasa saling pengertian, bahkan dapat menjadi jalan untuk prespektif yang berbeda. (DRS. Mohammad Shoelhi, 2011) Kebudayaan juga dapat dijadikan sebagai akses untuk mempererat hubungan Internasional.

Ada salah satu diplomat yang terkenal terus menerus melakukan diplomasi melalui sarana kebudayaan yaitu mantan Menteri Luar Negeri yang bernama Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmaja. Beliau adalah diplomat pertama yang menggunakan diplomasi kebudayaan dalam melancarkan strategi komunikasi. Diplomasi Budaya bisa diperkenalkan dalam bentuk berbagai festival internasional mengenai kebudayaan, seperti: festival music, festival tari, pagelaran seni rupa, pertunjukan teater dan film.

Diplomasi Budaya juga termasuk ke dalam golongan Soft Power sebagai suatu kekuatan politik yang dipengaruhi budaya, nilai, ide sebagai sisi lain dari hard power yang menggunakan kekuatan militer

2.2.7 Nation Branding

Nation Branding merupakan sebuah teori yang menjelaskan perilaku suatu negara dalam melakukan promosi internasional dengan menggunakan aset yang dimilikinya. *Nation brand* dijelaskan sebagai gabungan beberapa element yang memberikan proses pembedaan budaya suatu negara serta berkaitan bagi semua target dari *Nation Brand* itu sendiri

Dalam membentuk *nation branding* tentu saja membutuhkan peran serta dari beberapa pihak seperti pemerintah, *commerce*, non-profit-organization, *tourism* dan media. (Dinnie, 2008) Nation branding diharapkan mampu meningkatkan Trade, Tourism, dan Investment suatu negara.

Nation branding dapat membantu menghilangkan kesalahpahaman tentang suatu Negara dan memungkinkan Negara untuk memposisikan dirinya dengan lebih baik. (NOVIENTHIA, 2016)

Akhirnya Korea Selatan menjadi salah satu negara yang ingin terus meningkatkan nation branding negaranya. Korea Selatan sejak tahun 2009 menunjukkan sikap yang sungguh-sungguh mengenai citra negaranya dengan membentuk Presidential Council on Nation Branding (PCNB). Salah satu sikap sungguh-sungguh yang dilakukan yaitu dengan giat mengglobalisasi Korean Wave. Banyak sekali orang-orang yang mengkonsumsi produk dari Korean Wave dan salah satu produk yang banyak diminati seperti K-Drama.

2.2.8 Diplomasi Publik Korea Selatan

Pemahaman diplomasi dari awal dibangun untuk meningkatkan kesadaran dalam menciptakan hubungan relasi berbagai actor yang terlibat didalamnya. Kesadaran tersebut meliputi berbagai hal, contohnya seperti: perbedaan kultur, nilai, norma sosial serta perbedaan kepentingan politis. Kesadaran ini diharapkan dapat menimbulkan rasa saling paham agar bisa menyambut perbedaan. Jika suatu perbedaan sudah dapat disadari dan diterima oleh khalayak ramai maka hubungan positif pun dapat terjadi dan nantinya akan menimbulkan berbagai macam kerjasama yang baik antar negara maupun oleh public antar negara.

Dewasa ini banyak sekali negara yang melakukan kebijakan diplomasi public, dan Korea Selatan adalah negara yang ikut melakukan kebijakan diplomasi publik. Hal ini mengacu pada tulisan Jiyeon So mengatakan bahwa Korean Wave merupakan sebuah cara yang menekankan pada konsep soft power. Jiyeon So juga mengatakan jika Korean Wave itu berhasil menjadi alat Korea Selatan dalam diplomasi publik hal ini juga di setuju KOTRA (*Korean Trade Investment Promotion Agency*) (So, 2009)

Ketertarikan masyarakat dunia atas budaya Korea melalui kebijakan diplomasi public ini memberi dampak positif terhadap prespektif mereka atas Korea Selatan. Contohnya adalah Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia. Di Indonesia sendiri, penyebaran Korean Wave Sebagian dari kebijakan diplomasi public Korea Selatan ini telah dimulai pada tahun 2000, kala itu pemerintah Indonesia menandatangani kerjasama dengan Korea Selatan terkait perjanjian Kebudayaan *Agreement between the government of the Republic of*

Indonesia and the government of the Republic of Korea on Cultural Cooperation.

2.2.9 Diplomasi Budaya Korea Selatan

Pemerintah Korsel ikut serta berkontribusi untuk menjadikan budaya sebagai pusat perekonomian negara sekaligus alat diplomasi. Kal itu pasa masa pemerintaha Lee Myung Bak tahun 2003-2008, pemerintah Korea Selatan memberikan *support* kepada industri perfilman, music dan pertunjukan budaya lainnya. Dan Kim Dae Jung adalah orang pertama yang menjadikan budaya sebagai alat bagi pertumbuhan ekonomi Korea Selatan. Dan pada masa pemerintahan Moo Hyun, Korea Selatan banyak membangun lembaga yang bertujuan untuk mendukung kegiatan diplomasi budaya ini. Usaha tersebut telah dibuktikan dengan didirikan KOCCA (*Korean Culture and Content Agency*) institusi ini digunakan untuk melahirkan idola baru dengan bantuan finansial dari pemerintah Korea Selatan sendiri. Film-film Korea juga ikut didukung oleh KTO (*Korean Tourism Organization*) dimana lembaga ini akan memperkenalkan kepada dunia tentang lokasi syuting sebagai destinasi wisata baru, sehingga masyarakat dunia yang menonton dan menyukai film Korea dapat mengunjungi tempat tersebut. Dari sini diketahui pula bahwa Moo Hyun sangat mendukung kebijakan yang telah dibuat oleh Kim Dae Jun sebagai orang pertama yang menjadikan budaya sebagai alat diplomasi public.

2.2.10 Korean Wave / Hallyu

Jika membahas tentang diplomasi public Korea Selatan sudah pasti tidak bisa dipisahkan dari fenomena Korean Wave / Hallyu. Istilah Hallyu (gelombang korea) pertama kali diungkapkan oleh wartawan berasal dari sekitar tahun 1990-

an. Mulai dari situlah akhirnya dikenal sebagai awal mula munculnya Hallyu (Korean Wave) oleh masyarakat Internasional. Korean Wave merupakan strategi diplomasi public yang di desain oleh pemerintah Korea Selatan untuk kepentingan nasionalnya.

Dal Yong Jin melihat “ Gelombang Korea sebagai sebuah cara para pihak Korea Selatan untuk menumbuhkan industri kreatif agar lepas dari masaah ekonomi (Jin, 2012)

Produk dari Korean Wave ini juga cukup beragam, mulai dari K-Drama, K-Pop, K-Beauty, K-Food, K-Fashion.

2.2.11 K-Drama

K-Drama mengacu pada drama televisi di Korea Selatan, K-Drama telah memberi kontribusi pada fenomena umum dari gelombang Korea, yang dikenal sebagai "*Hallyu* (bahasa Korea: 한류)", "Demam Drama". Demam drama Korea ini sudah berlangsung selama bertahun-tahun semakin berjalannya waktu semakin banyak peminat K-Drama. Cerita dari K-Drama sendiri sangat beragam, mereka memberikan banyak sekali alur cerita menarik serta genre yang berbeda-beda, K-Drama juga cenderung dibuat durasi yang singkat agar ceritanya tidak bertele-tele dan membuat para penonton bosan. Tentu saja saat ini sudah banyak sekali drama-drama Korea Selatan yang populer di seluruh dunia, dan akan terus menarik perhatian masyarakat internasional.

2.2.12 Minat Masyarakat Indonesia Terhadap K-Drama

Budaya Korea Selatan atau yang biasa dikenal dengan Korean Wave telah menjadi sorotan belakangan ini, terutama di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan

jika melihat tingginya minat orang Indonesia terhadap barang-barang Korea seperti: makanan, busana, music, film, bahasa dan Drama Korea. Salah satu dari produk Korean Wave, yakni Drama Korea seperti yang saya sadari akhir-akhir ini Drama Korea mulai digemari oleh orang di sleuruh dunia karena style yang dipakai para aktor di dalam draa tersebut sangat menarik bagi mereka. Tak hanya berhanti sampai di fashion namun banyak juga orang-orang di dunia yang akhirnya mengikuti gaya bahasa, sikap, sifat dan lain-lain. Contohnya di Indonesia dapat kita temukan orang menyukai Drama Korea karena dramanya yang bagus dan memiliki ciri khas tersendiri serta dapat dibilang unik. Drama Korea juga terkadang melibatkan unsur kebudayaan negaranya serta menceritakan tentang perjalanan hidup seseorang mulai dari konflik percintaan, pekerjaan dan lain sebagainya. Hal ini membuat hampir seluruh masyarakat Indonesia menyukai drama korea. Berikut ditemukan beberapa alasan mengapa masyrakat Indonesia menyukai Drama Korea, seperti : Ketampanan atau kecantikan actor dan aktris, jalan cerita yang cukup seru selain itu drama korea berhasil membuat penonton merasa penasaran dengan kelanjutannya di episode selanjutnya.

2.2.13 Profit Dari Program K-Drama

Tesis William Tuk mendapatkan bahwa industri kreatif asal Korea Selatan telah menarik kesuksesan luar biasa hal ini ditandai dengan meningkatnya pasar penjualan kemudian Korea Selatan sukses mengekspor produknya tersebut. Sumbangan yang diberikan dari industri film Korea, drama korea terbilang naik secara signifikan untuk perekonomian negara. (Rachmawati, 2019) Korea Selatan tentu saja mendapatkan profit dari hasil ekspor produk K-Drama ini. Perfilman Korea terus berkembang ditunjukkan bahwa film serta drama yang mereka buat

sudah memiliki pasarnya sendiri, Film Korea mengalami peningkatan nilai ekspor karena film / Drama Korea terus di ekspor ke berbagai negara, baik di Asia maupun di luar Asia. Dengan adanya pernyataan ini menunjukkan bahwa Film serta Drama Korea bisa diterima di negara lain dan dengan adanya peningkatan ekspor ini memberikan dampak pada perfilman Korea semakin maju dan tentu saja memberikan keuntungan kepada negara.

Karena pemerintah Korea Selatan terus melakukan ekspor konten K-Drama ke seluruh dunia. Maka para investor pun berdatangan untuk bekerja sama dengan Korea Selatan. Seperti halnya, Dilansir dari *Korea Times*, dikatakan bahwa perusahaan Netflix telah melakukan investasi sebesar 800 milyar won selama lima tahun belakangan untuk total produksi 70 serial orisinal di Korea Selatan. Kemudian dilansir pula dari *KoreaTimes*, mengatakan bahwa pihak Walt Disney Co juga akan melakukan ekspansi untuk Korea Selatan. Pihak mereka sudah mengumumkan Korea Selatan adalah salah satu pasar utama yang menjadi target Disney+ pada acara Disney Investor Day. Disney+ akan membeli lebih banyak hak tayang drama Korea karena mereka menganggap Drama Korea merupakan hiburan paling banyak diakses oleh para pengguna aplikasi tersebut, untuk terus menambah pelanggan Disney + sendiri sudah mulai menayangkan serial drama Korea salah satu yang paling terkenal adalah drama Snowdrop.

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rancangan yang telah ditulis, penulis mencoba membuat dan merumuskan hipotesis. Hipotesis sendiri merupakan sebuah kesimpulan yang

berbentuk sementara dari sebuah masalah yang diteliti untuk dibuktikan kebenarannya. Adapun rumusan hipotesis yang diangkat dari peneliti ini yaitu:

“Program penayangan Korean Drama sebagai bagian dari diplomasi publik/budaya dari Korea Selatan yang populer dan sangat diminati masyarakat Indonesia, mendapatkan profit yang kontributif terhadap perekonomian Korea Selatan”

2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator (Konsep Teoritik, Empirik, Analisa Fakta dan Data)

Variabel penelitian adalah factor yang digunakan oleh peneliti untuk dipahami sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, selanjutnya akan dibuat kesimpulan. Maka dari itu dalam menunjang Analisa penelitian lebih jauh, maka peneliti menyusun Verifikasi Variabel dan Indikator sehingga nantinya dapat membuktikan hipotesis yang sudah. Verifikasi Variabel dan Indikator pembentukan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Variabel dalam Hipotesis (Teoritis)	Indikator (Empirik)	Variabel (Analisis)
Variabel Bebas: Dengan Adanya Upaya Diplomasi Korea Selatan melalui program K-	Diplomasi Publik Penayangan Drama Korea di Indonesia	Salah satu negara yang giat dalam melaksanakan Diplomasi Publik adalah Korea Selatan, negara ini merasa bahwa citra mereka

<p>Drama di media Indonesia</p>		<p>tidak sebaik performa perkembangan perekonomian negaranya. Korea Selatan ingin sekali membentuk citra negara yang baik di mata kalangan internasional. Bahkan Korea Selatan menyatakan bahwa akan terus fokus dalam pelaksanaan Diplomasi Publik dan salah satunya dilaksanakan melalui fenomena Korean Wave.</p> <p>Sumber: https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/download/8269/5872</p> <p>Drama Korea sudah banyak ada di televisi Indonesia bahkan sudah memasuki aplikasi layanan video yang ada di Indonesia mengakibatkan</p>
-------------------------------------	--	--

		<p>banyak masyarakat Indonesia yang mengalami demam K-Drama</p> <p>Sumber:</p> <p>https://www.brilio.net/film/20-drama-korea-populer-pernah-tayang-di-indonesia-nostalgia-191017g.html</p>
<p>Variabel Terikat:</p> <p>Maka dapat memberikan kontribusi terhadap ekonomi Korea Selatan</p>	<p>1. Adanya Kerjasama Ekonomi Bilateral antara Korea Selatan dan Indonesia</p>	<p>1. Pada 4 Desember tahun 2006 Indonesia dan Korea Selatan meningkatkan Kerjasama strategis hal ini ditandai dengan adanya penandatanganan pada perjanjian yang diberi nama "Joint Declaration between the Republik of Indonesia and the Republik of Korea on Strategic Partnership to Promote</p>

		<p>Friendship and Cooperation in the 21st Centur” yang kemudian ditanda tangani oleh masing-masing presiden negara . Perjanjian ini terdiri dari 3 tiang penguat yaitu kerjasama politik dan keamanan, kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi, dan kerjasama sosial budaya.</p> <p>Sumber:</p> <p>https://journal.unpas.ac.id/index.php/transborders/article/download/754/433/</p>
--	--	---

Table 1 Verifikasi Variabel dan Indikator

2.5 Skema Dan Alur Penelitian

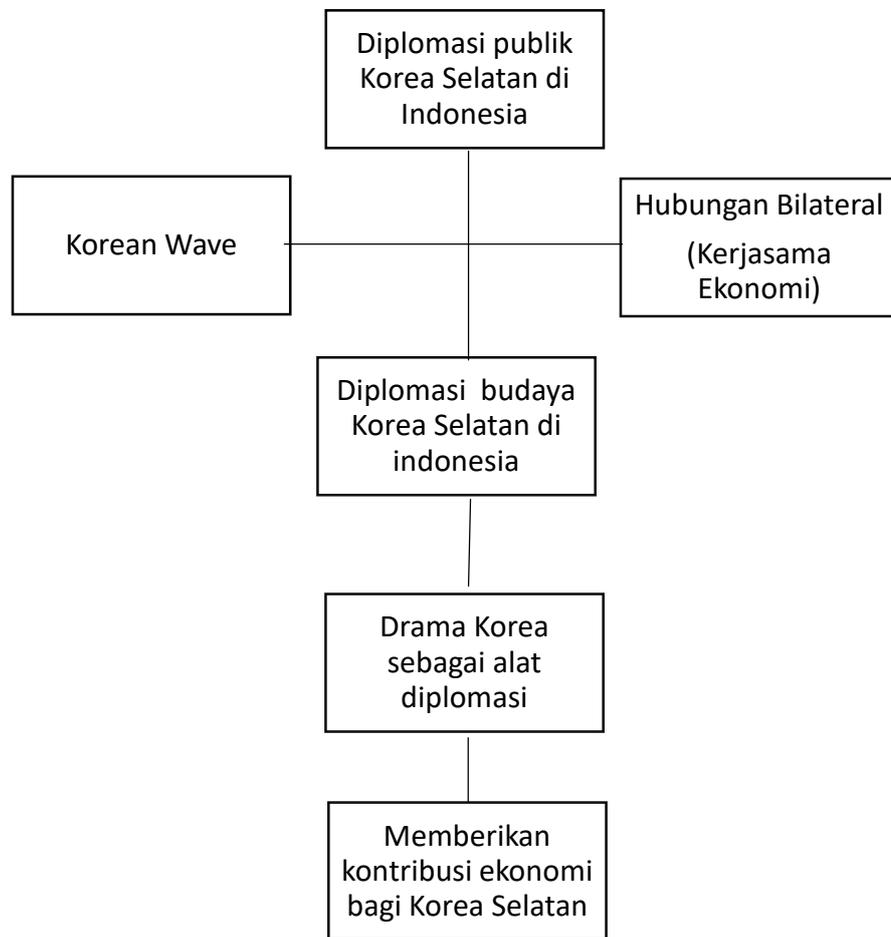


Table 2 Skema dan alur penelitian