

## ABSTRAK

Perkembangan kebudayaan bagi masyarakat internasional saat ini sudah tidak dapat di abaikan, terutama fenomena hallyu. Sejak tahun 1990-an, pemerintah Korea Selatan telah merencanakan hallyu untuk diperkenalkan kepada dunia. Bermula dari Jepang dan Cina pada tahun 2000-an, kini fenomena hallyu telah menyebar dan berhasil menarik perhatian seluruh warga di dunia. Keberhasilan tersebut tidak hanya dilakukan oleh pemerintahnya, akan tetapi aktor lain pun ikut serta dalam menyebarkan budaya Korea Selatan kepada dunia.

Salah satu aktor yang sejak dulu aktif dalam memberikan kontribusinya terhadap perkembangan hallyu adalah SM Entertainment SM Entertainment ditunjuk oleh pemerintah Korea Selatan sebagai aktor diplomasi setelah mereka berhasil membuka jalan diplomasi di Jepang dan Cina dengan keberhasilan para artisnya berpromosi disana. Sejak saat itu, SM Entertainment terus memperluas ekspansi globalnya diberbagai negara, salah satunya adalah Indonesia. Melihat antusiasme positif dan minat terhadap artisnya yang tinggi, SM Entertainment akhirnya memanfaatkan hal tersebut untuk menyebarkan budaya Korea Selatan agar mendapatkan citra positif terkhusus melalui salah satu produknya yaitu *Neo Culture Technology* (NCT).

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah agar dapat mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh SM Entertainment sebagai salah satu aktor diplomasi Korea Selatan melalui Neo Culture Technology (NCT) serta peran perusahaan SM Entertainment yang memanfaatkan fenomena hallyu sebagai pengimplementasian dari diplomasi publik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan studi literature dengan mengumpulkan informasi berdasarkan literature yang dianalisis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menganalisis, menyeleksi, dan merangkum data.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu upaya yang dilakukan oleh SM Entertainment sebagai instrumen diplomasi Korea Selatan melalui NCT adalah dengan cara melokalkan para artisnya dengan membuat sebuah konten melalui media sosial youtube agar lebih dekat dengan penggemar serta dapat meningkatkan citra positif bagi negara. Tidak hanya itu, SM Entertainment juga melakukan strategi memperluas ekspansi global dengan menjalin kerjasama dengan perusahaan asal Indonesia.

**Kata kunci:** SM Entertainment, Diplomasi Publik, *Neo Culture Technology*, Korea Selatan

## ABSTRACT

*Cultural development for the international community is now inevitable, especially the hallyu phenomenon. Since the 1990s, the South Korean government has planned for hallyu to be introduced to the world. Starting with Japan and China in the 2000s, the Hallyu phenomenon has now spread and has successfully attracted the attention of all the world's citizens. The success was not only done by his government, but other actors took part in spreading South Korean culture to the world.*

*SM Entertainment SM Entertainment was appointed by the South Korean government as a diplomacy actor after they opened the way for diplomacy in Japan and China with the success of its artists promoting there. Since then, SM Entertainment has continued to expand its global expansion in various countries, one of which is Indonesia. Seeing positive enthusiasm and interest in his artists, SM Entertainment finally took advantage of this to spread South Korean culture to gain a particular positive image through one of its products, Neo Culture Technology (NCT).*

*The purpose of this study is to find out how the efforts made by SM Entertainment as one of South Korea's diplomacy actors through Neo Culture Technology (NCT) as well as the role of SM Entertainment companies that utilize hallyu phenomenon as an implementation of public diplomacy. The method used in this study is a descriptive qualitative method. Data collection techniques use documentation techniques and literature studies by collecting information based on analyzed literature. The data analysis used in this study was to analyze, select, and summarize data.*

*The conclusion of this study is that SM Entertainment's efforts as an instrument of South Korean diplomacy through NCT are to localize its artists by creating a content through social media youtube to get closer to fans and improve the positive image for the country. Not only that, SM Entertainment also carried out a strategy to expand global expansion by establishing cooperation with Indonesian companies.*

**Keywords : SM Entertainment, Public Diplomacy, Neo Culture Technology, South Korea**

## RINGKESAN

*Kamekaran budaya pikeun masarakat internasional dina mangsa ieu teu bisa dipaliré, utamana fenomena hallyu. Ti taun 1990-an, pamaréntah Koréa Kidul ngarencanakeun pikeun ngenalkeun hallyu ka dunya. Dimimitian ti Jepang sareng Cina taun 2000-an, ayeuna fenomena hallyu parantos sumebar sareng junun narik perhatian sakumna warga dunya. Kasuksésan ieu henteu ngan dilaksanakeun ku pamaréntah, tapi aktor séjén ogé milu nyebarkeun budaya Koréa Kidul ka dunya.*

*Salah sahiji palaku anu salawasna aktif nyumbang kana pangwangunan hallyu nyaéta SM Entertainment SM Entertainment diangkat ku pamaréntah Koréa Kidul salaku aktor diplomatik sanggeus maranéhanana junun muka jalan diplomasi di Jepang jeung Cina kalayan sukses artis maranéhanana promosi di dinya. Ti saprak éta, SM Entertainment terus ngalegaan ékspansi globalna di sababaraha nagara, salah sahijina di Indonésia. Ningali antusiasme anu positip sarta minat anu luhur ka para senimanna, ahirna SM Entertainment ngamangpaatkeun ieu pikeun nyebarkeun budaya Koréa Kidul sangkan meunang citra anu positip, utamana ngaliwatan salah sahiji produkna, nya éta Neo Culture Technology (NCT).*

*Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha usaha anu dilakukeun ku SM Entertainment salaku salasahiji palaku diplomasi Koréa Kidul ngaliwatan Neo Culture Technology (NCT) jeung peran pausahaan SM Entertainment anu ngamangpaatkeun fenomena hallyu sabagé palaksanaan diplomasi publik. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kualitatif. Téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun téhnik dokuméntasi jeung studi pustaka ku cara ngumpulkeun informasi dumasar kana pustaka anu dianalisis. Analisis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta nganalisis, milih, jeung nyindekkeun data.*

*Kacindekan tina ieu panalungtikan nya éta usaha anu dilakukeun ku SM Entertainment salaku instrumen diplomasi Koréa Kidul ngaliwatan NCT nya éta ku cara ngalokalkeun para seniman ku cara nyieun kontén ngaliwatan média sosial YouTube sangkan leuwih deukeut jeung fans sarta bisa ngaronjatkeun citra positip pikeun nagara. Henteu ngan éta, SM Entertainment ogé ngalaksanakeun strategi ngalegaan ékspansi global ku gawé bareng sareng perusahaan-perusahaan ti Indonésia.*

***Sanggeum Konci: SM Entertainment, Diplomasi Publik, Neo Cultiuere Technology, Korea Selatan***