

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PENGUJIAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
RINGKESAN .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	19
1.3. Pembatasan Masalah .....	20
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	20
1.4.1. Tujuan Penelitian .....	20
1.4.2. Kegunaan Penelitian .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	22
2.1. Tinjauan Literatur.....	22
2.2. Kerangka Teoritis/Konseptual.....	30
2.2.1. Konstruktivisme .....	30
2.2.2. Diplomasi Publik .....	32
2.2.3. Marketing Mix Strategy .....	38

2.3.	Asumsi Penelitian.....	39
2.4.	Kerangka Analitis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....		42
3.1.	Desain Penelitian.....	42
3.2.	Teknik Pengumpulan.....	43
3.3.	Teknik Analisis Data.....	44
3.4.	Sistematika Penelitian .....	44
BAB IV PEMBAHASAN .....		47
4.1.	Trend <i>Hallyu</i> Secara Global .....	47
4.1.1.	Trend <i>Hallyu</i> di Indonesia.....	49
4.2.	Diplomasi Publik oleh SM Entertainment di Indonesia.....	56
4.2.1.	Ekspansi Global di Indonesia.....	59
4.2.2.	Network dengan perusahaan di Indonesia .....	64
4.3.	Upaya Diplomasi Publik melalui <i>Neo Culture Technology</i> (NCT) .....	65
4.3.1.	Neo Culture Technology (NCT) .....	65
4.3.2.	Melalui Konten Media Sosial Youtube.....	67
4.3.3.	Menjadi Brand Ambassador Brand Lokal Indonesia.....	73
4.3.3.1.	Sebagai Brand Ambassador dari BliBli.....	74
4.3.3.2.	Sebagai Brand Ambassador dari produk lokal Mie Lemonilo .....	76
4.3.3.3.	Sebagai Brand Ambassador dari produk <i>Nature Republic</i> .....	77
BAB V KESIMPULAN .....		79
DAFTAR PUSTAKA.....		83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global K-Pop Map 2019 (Sumber: BLIP 2019) .....	53
Gambar 1.2 <i>Top 10 Markets by K-Pop Video Creations</i> (Sumber: Tiktok Chart) .....	54
Gambar 1.3 : <i>Top 20 Country with the most K-Pop fans on Twitter</i> (Sumber: Twitter) ..	55
Gambar 2.1 : Data Pendengar Bulanan Spotify NCT (Sumber: Spotify) .....	63
Gambar 2.2 : Data Statistik Pendengar Youtube akun NCT (Sumber: Youtube Chart)...	63
Gambar 3.1 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #1).....	69
Gambar 3.2 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #2).....	70
Gambar 3.3 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #3).....	70
Gambar 3.4 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #4).....	71
Gambar 3.5 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #5).....	71
Gambar 3.6 (Konten Media Sosial Youtube NCT mengenai Indonesia #6).....	72
Gambar 4.1 (NCT 127 Menjadi Brand Ambassador Blibli).....	75
Gambar 4.2 (NCT DREAM menjadi Brand Ambassador Lemonilo) .....	77