

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

*Korean Wave* atau *Hallyu* merupakan sebuah istilah yang mengacu pada meningkatnya popularitas budaya Korea Selatan secara signifikan di seluruh dunia.<sup>1</sup> Film, acara Televisi, dan musik tengah dinikmati oleh masyarakat di seluruh dunia.<sup>2</sup> Fenomena global ini sanggup membuat jutaan orang tergila-gila. Potensi baru Korea Selatan berupa budaya populer ini nyatanya memiliki dampak yang cukup signifikan di berbagai negara di seluruh dunia mulai dari Asia hingga kemudian Timur Tengah, Eropa, Amerika Selatan, Afrika dan Amerika Utara.<sup>3</sup> Pemerintah memanfaatkan potensi ini sebagai ‘senjata’ diplomasi publik Korea Selatan dalam rangka memproyeksikan kepentingan negaranya. Tahun 2006, pemerintah Korea Selatan melalui Kementerian Luar Negeri Dan Perdagangan mengeluarkan kebijakan terkait *Korean Wave* yang tertuang dalam *Diplomatic White Paper* 2006.

*“In order to support the “Korean Wave”, the government organized the “Korean Wave” Supporting Councils centering on the Korean embassies in China, Japan and South East Asia, and held regular quarterly meetings to draw up local specified*

---

<sup>1</sup> Sue Jin Lee. 2011. *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications • Vol. 2, No. 1 Hal. 2

<sup>2</sup> William Tuk. *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?*. (Netherlands: Leiden University, 2012). Hal. 7.

<sup>3</sup> Ibid

*support strategies. In addition, to build a firm foundation for the introduction of “Korean Wave” and to support mutual cultural exchanges with the world, the government has also pursued interactive cultural exchanges. The government invited cultural performance groups from Tunisia in June, Vietnam in September and Laos in October, and introduced various foreign cultures with which Koreans are not well-acquainted of at the Cultural Center of the Korea Foundation that officially opened on September 1, 2005. This will assist the progress of “Korean Wave” to lay the foundation for continuous and comprehensive cultural exchanges.<sup>4</sup>*

Berdasarkan kutipan diatas, pemerintah Korea Selatan telah secara resmi memberikan dukungan untuk *Korean Wave* sebagai instrumen diplomasi publiknya. Selain itu, daya tarik budaya populer Korea Selatan juga menjadi hal yang sangat penting bagi pemerintah, melihat citra negara yang tidak selalu positif bagi negara-negara tetangganya. Terlebih, citra negara Korea Selatan yang terlanjur melekat dengan perang Korea, lingkaran kemiskinan, serta kondisi politik yang tidak stabil. *Korean Wave* telah mampu mengurangi citra negatif tersebut secara dramatis melalui para entertainer mereka yang *trendy*, teknologi baru, dan citra kontemporer Korea Selatan yang hidup melalui drama dan film.<sup>5</sup> Penjelasan tersebut juga mendasari alasan pemerintah Korea Selatan dalam menggunakan *Korean Wave* sebagai instrumen dalam aspek budaya populer untuk mencapai kepentingannya.

*Korean Wave* berkembang di Korea Selatan sejak tahun 1980an dan memutuskan untuk mengembangkan potensi industri hiburannya sendiri, dimana

---

<sup>4</sup> Ministry of Foreign Affairs And Trade. 2006. 2006 Diplomatic White Paper. (South Korea: Ministry of Foreign Affairs and Trade, Republic of Korea) Hal. 147

<sup>5</sup> Sue Jin Lee. 2011. *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications • Vol. 2, No. 1 Hal. 2

pada masa itu dunia masih tertuju pada budaya Amerika dan Eropa.<sup>6</sup> Kemudian pada pertengahan tahun 1990an perubahan mulai terjadi. Mulai dari radio yang biasanya memutar lagu-lagu barat, menjadi lagu-lagu Korea yang diputar sepanjang hari. Aliran musiknyapun beragam dengan kualitas yang terus meningkat. Kemudian, banyak saluran TV menayangkan drama Korea selama 24 jam dalam sehari. Di akhir pekan, bioskop dipadati pengunjung untuk menikmati film-film Korea yang diputar. Film Korea sanggup menarik sebanyak 6 juta lebih penonton untuk pertama kalinya dalam sejarah. Catatan ini terus meningkat hingga pada tahun 2006 mampu mencatat 13 juta penonton yang setara dengan 30 persen populasi penduduk Korea Selatan. Korea Selatan telah menjadi salah satu dari segelintir negara yang mengkonsumsi lebih banyak konten budaya lokal daripada konten budaya asing.<sup>7</sup> Dari sinilah budaya populer *Korean Wave* bangkit dan menjadi konsumsi favorit masyarakat Korea Selatan dalam jumlah besar yang potensial untuk memberikan keuntungan dan mencapai kepentingan negaranya.

Pada akhir tahun 1990-an Korea Selatan sukses sebagai eksportir konten hiburan. Dimulai ketika serial TV mulai disiarkan di Jepang, Cina dan negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara. Sebagai salah satu negara di Asia Tenggara, Indonesia ikut merasakan dampak dari fenomena *Korean Wave* ini. Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sedang tergila-gila dengan budaya populer yang berasal dari Korea Selatan ini. Sejak tahun 2000, beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia bersaing dalam menyiarkan film dan drama Korea. Fakta menunjukkan bahwa beberapa drama Korea sukses besar di layar kaca

---

<sup>6</sup> Korean Culture and Information Service. 2011. *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*. Hal 18

<sup>7</sup> *Ibid.* Hal 20

Indonesia seperti *Winter Sonata*, *Endless Love*, dan *Dae Jang Geum*.<sup>8</sup> Film dan drama Korea telah dikelola dengan baik untuk menarik perhatian masyarakat Indonesia, bahkan beberapa bintang telah menjadi idola.<sup>9</sup> Tayangan Korea menjadi tontonan favorit baru di Indonesia dimana masyarakat sangat antusias.

Banyak pemirsa Indonesia terutama perempuan sangat menyukai drama Korea *Endless Love* yang tayang di TV swasta Indonesia, RCTI pada tahun 2002. Drama ini mendapatkan rating 10 menurut survey AC Nielsen Indonesia yang berarti telah ditonton oleh sekitar 2,8 juta penonton Indonesia. Berawal dari sini, drama Korea telah mendapat pengaruh yang kuat dan merebut perhatian pemirsa di Indonesia mengalahkan drama Jepang atau Taiwan. Peningkatan antusiasme ini juga dikarenakan oleh wajah-wajah dan penampilan aktor atau aktris Korea yang berbeda sehingga memberikan kesan baru yang lebih segar di Indonesia yang sebelumnya familiar dengan *image* Jepang atau Taiwan.<sup>10</sup> Kisah drama Korea ini juga berbeda dan dinilai menarik sehingga mampu mencuri perhatian pemirsa.

Pada pertengahan tahun 2000-an, stasiun TV swasta di Indonesia sudah mulai berlomba-lomba menayangkan drama Korea. Diantaranya *Glass Shoes and Lover* (TRANS TV), *Beautiful Days* (TV7), *Invitation*, *Pop Corn*, *Four Sisters*, *Bride Successful Girl*, *Sunlight Upon Me*, *Memories in Bali*, and *Winter Sonata* (SCTV). Stasiun TV Indosiar bahkan menayangkan kembali *Winter Sonata* pada tahun 2004 dikarenakan permintaan pemirsa yang tinggi. Tak berhenti sampai

---

<sup>8</sup> Mukhtasar Syamsuddin. 2012. *Hallyu and Indonesia (Hallyu Satus in Indonesia and its impac)*. (Jakarta: Seminar on Cultural Cooperation & *Korean Wave*) Hal. 4

<sup>9</sup> Nugroho Agung Suray. 2010. *Hallyu di Indonesia: Selama Dekade Pertama di Abad ke-21"* in *SejarahKorea Menuju Masyarakat Modern*. (Yogyakarta: INAKOS and Pusat Studi Korea, UGM) Hal. 3

<sup>10</sup> Nugroho Agung Suray. 2014. *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound*. (Maryland Lexiton Books 2014) Hal. 21

disitu, *Korean Wave* semakin eksis dan menjadi pesaing film Hollywood di Indonesia. Sejumlah stasiun televisi menayangkan drama Korea berjudul *Full House* pada tahun 2007 (yang kemudian ditayangkan kembali tahun 2009), *Jewel in the Palace* atau *Dae Jang Geum* (2008), dan *Boys Before Flower* (2009) yang lebih sukses dan mampu menarik jauh lebih banyak penonton. Invasi drama-drama Korea terus berlanjut seperti *Sassy Girl Chun Hyang*, *Lovers in Paris*, *Princess Hours*, *My Name is Kim*, *Sam Soon*, *My Girl*, *Hello Miss!*, and *Coffee Prince*.<sup>11</sup> Pada tahun 2008, film Korea yang sebelumnya hanya dapat dinikmati melalui DVD, secara resmi mulai didistribusikan melalui salah satu bioskop terbesar di Indonesia, Blitzmegaplex.<sup>12</sup> Pencapaian ini benar-benar menjadi permulaan popularitas Korea Selatan dan *Korean Wave* di Indonesia.

Kesuksesan salah satu drama Korea berjudul *Boys Before Flowers* yang tayang di Indonesia tahun 2009 menjadi bukti bahwa drama Korea mampu bersaing bahkan menggeser kepopuleran dengan drama Taiwan *Meteor Garden* maupun drama Jepang *Hana Yori Dango* yang telah lebih dulu eksis di Indonesia.

Meledaknya drama Korea ini juga tak lepas dari dukungan penuh pemerintah Korea Selatan sendiri dengan terus membuat kebijakan yang mendorong kemajuan drama Korea termasuk mini drama dan mengamandemen kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan kualitas produksi drama Korea.<sup>13</sup> Sehingga konten hiburan *Korean Wave* dapat terus bersaing baik dalam segi eksistensi, popularitas, dan kualitas. Dari sini terlihat jelas sekali keseriusan

---

<sup>11</sup> Ibid

<sup>12</sup> Mukhtasar Syamsuddin. 2012. *Hallyu and Indonesia (Hallyu Satus in Indonesia and its impac)*. (Jakarta: Seminar on Cultural Cooperation & *Korean Wave*) Hal.5

<sup>13</sup> Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism. *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*. Hal. 49

pemerintah Korea Selatan dalam menangani ledakan budaya populernya yang sangat potensial.

Sejalan dengan drama Korea, industri hiburan dalam kategori musik juga ambil bagian seiring dengan ketenaran *Korean Wave*. Korean Pop atau K-Pop muncul sebagai *trend* baru musik Asia yang selama ini dipegang oleh Jepang. Lagu-lagu pop karya para seniman Korea Selatan banyak dinikmati masyarakat baik melalui internet, MP3 Player, dan CD yang mudah ditemukan di toko-toko kaset di Indonesia.<sup>14</sup> Tiket konser dan poster banyak dibeli khususnya oleh para remaja bahkan banyak dari mereka yang mempelajari bahasa Korea untuk dapat bernyanyi atau karaoke dengan musik K-Pop.<sup>15</sup> Kolaborasi antara drama dan musik ini memuncaki kesuksesan budaya Korea dan menjadi idola baru bagi masyarakat Indonesia.

Masyarakat Indonesia khususnya kaum remaja sebenarnya telah menganut berbagai aliran musik asing selama beberapa dekade terakhir seperti *Rap*, *Punk*, dan *Hard Rock* asal Amerika Utara dan Eropa yang berhasil merebut antusiasme remaja Indonesia dalam jumlah besar.<sup>16</sup> Era tersebut berganti budaya populer Jepang yang menjadi populer di Indonesia dimana banyak remaja Indonesia yang tertarik mengkonsumsi film animasi Jepang (*anime*), musik *Pop* Jepang (*J-Pop*) atau musik *Rock* Jepang (*J-Rock*), dan makanan cepat saji Jepang seperti *Hoka*

---

<sup>14</sup> Nugroho Agung Suray. 2010. Hallyu di Indonesia: Selama Dekade Pertama di Abad ke-21” in SejarahKorea Menuju Masyarakat Modern. (Yogyakarta: INAKOS and Pusat Studi Korea, UGM) Hal. 3

<sup>15</sup> Korean Culture and Information Service. 2011. *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*. Hal 29

<sup>16</sup> Sun Jung. *K-pop, Indonesian fandom, and social media*. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/289/219> diakses pada 7 Januari 2015

*Hoka Bento*. Namun era tersebut seakan sirna dengan Indonesia yang tiba-tiba menjadi konsumen masif konten budaya populer yang berasal dari Korea Selatan dan diidentifikasi sebagai pasar K-Pop dengan perkembangan paling cepat di Asia Tenggara dimana fenomena ini menyita perhatian pemerintah Korea Selatan<sup>17</sup> Ini merupakan suatu kemenarikan tersendiri bagi penulis dalam menyusun penelitian ini bahwa dari berbagai negara di Asia Tenggara, Indonesia menjadi konsumen *Korean Wave* yang paling masif jumlahnya.

Saat ini, komunitas Korea di Indonesia menjadi komunitas asing terbesar dengan jumlah hampir 50.000 orang. Ini benar-benar membuktikan bahwa jumlah penggemar budaya Korea di Indonesia berkembang pesat dan signifikan. Pada tanggal 18 Juli 2011, pemerintah Korea Selatan secara resmi membuka Pusat Kebudayaan Korea di Jakarta sebagai upaya untuk lebih memperkenalkan bahasa dan budaya Korea kepada Indonesia serta memenuhi keinginan dari fans Indonesia terhadap *Korean Wave*.<sup>18</sup> Besarnya antusiasme Indonesia dalam merespon *Korean Wave* benar-benar menjadi catatan penting pemerintah Korea Selatan sehingga Indonesia dipilih sebagai “jembatan” dalam mempopulerkan *Korean Wave* di negara-negara kawasan Asia Tenggara. Sebagai buktinya, pemerintah Korea Selatan sampai membuka kantor Korea Creative Content Agency (KOCCA) di Indonesia dan merupakan yang pertama di Asia Tenggara.<sup>19</sup> Keputusan ini hanya dapat terjadi tidak lain dikarenakan Indonesia adalah tempat dan bagian terpenting dalam kesuksesan *Korean Wave* di Asia Tenggara.

---

<sup>17</sup> Ibid

<sup>18</sup> Veramalla Anjaiah. 2011. *Korean Wave casts a spell in Indonesia*.

<http://www.thejakartapost.com/news/2011/07/18/korean-wave-casts-a-spell-indonesia.html>, diakses pada 31 Maret 2015

<sup>19</sup> Sim Younhee. *Behind The Korean Wave*. <http://globeasia.com/columnists/behind-the-korean-wave/> diakses pada 5 Desember 2017

Hal ini senada dengan keputusan kedua negara yakni Korea Selatan dan Indonesia untuk menandatangani perjanjian kerjasama kebudayaan Korea-Indonesia pada tahun 2006 yang akhirnya melahirkan *Joint Cultural Commission* dan mengadakan pertemuan pertama kalinya di Yogyakarta pada tahun 2008.<sup>20</sup> Ini membuktikan keseriusan kedua negara tersebut untuk bekerja sama lebih jauh dalam hal budaya dimana instrumen utama Korea Selatan dalam aspek budaya adalah *Korean Wave*. Penyebaran *Korean Wave* di Indonesia menjadi agenda penting dan ditangani secara serius oleh pemerintah Korea Selatan.

Sejak tahun 2006, jumlah orang Indonesia yang mengunjungi Korea Selatan telah mengalami peningkatan lebih dari 240 persen, dari 36.000 ke 124.000 pada tahun 2012. Kecintaan masyarakat Indonesia terhadap *Korean Wave* telah membuat mereka benar-benar ingin datang berkunjung ke Korea Selatan untuk dapat merasakan dan menikmati budaya Korea langsung di negeri asalnya atau bahkan untuk bisa bertemu dengan aktor atau aktris idolanya disana.<sup>21</sup> *Korean Wave* telah mampu menggerakkan masyarakat diluar sana dalam jumlah yang besar untuk datang berkunjung ke negara asal *Korean Wave*. Hal ini merupakan pengalaman yang sangat ingin dirasakan masyarakat sebagai penggemar suatu budaya.

Korea Selatan juga membentuk agen dibawah pemerintah yang bertanggung jawab dalam segala kegiatan budaya, olahraga, dan pariwisata yaitu *Ministry of Culture Sport Tourism* (MCST). MCST dibentuk sebagai kepanjangan

---

<sup>20</sup> Mukhtasar Syamsuddin. 2012. *Hallyu and Indonesia (Hallyu Satus in Indonesia and its impac)*. (Jakarta: Seminar on Cultural Cooperation & *Korean Wave*) Hal. 3

<sup>21</sup> Eduardo Mariz. *From Heartthrobs to Hairdos, Welcome to the Korean Wave*. <http://jakartaglobe.beritasatu.com/archive/from-heartthrobs-to-hairdos-welcome-to-the-korean-wave/> diakses pada 7 Januari 2015



tangan pemerintah untuk mengaplikasikan *Korean Wave*.<sup>22</sup> Kementrian ini bertugas mempromosikan industri budaya Korea di luar negeri serta mensubsidi film dan drama Korea. Kementrian ini juga membawahi Korean Culture and Information Service (KOCIS), dan Korea Creative Content Agency (KOCCA).<sup>23</sup> Dibentuknya MCST ini merupakan wujud keseriusan pemerintah Korea Selatan untuk memaksimalkan potensi *Korean Wave*.

Melihat pertumbuhan *Korean Wave* yang sangat signifikan dan masif di Indonesia yang kemudian ditindaklanjuti secara serius oleh kedua pemerintah negara tersebut, penulis dalam penelitian ini akan membahas kerjasama Korea Selatan ke Indonesia melalui *Korean Wave*. Waktu yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah tahun 2006 dimana tahun ini merupakan momen penting atau monumental ditandatanganinya perjanjian budaya Korea Selatan-Indonesia yang akhirnya melahirkan *Joint Cultural Comission*. Selepas tahun ini, hubungan kerjasama antar kedua negara menjadi semakin dekat pula hingga didirikannya Pusat Kebudayaan Korea Selatan di Jakarta sebagai sarana Korea Selatan dalam mempopulerkan *Korean Wave* dengan lebih intens di Indonesia mengingat antusiasme masyarakatnya yang tinggi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Ministry of Culture Sport and Tourism. 2005 diakses dari [www.mcst.go.kr/english/index.jsp](http://www.mcst.go.kr/english/index.jsp) pada 23 Februari 2015

<sup>23</sup> William Tuk. *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?*. (Netherlands: Leiden University,2012). Hal. 5

**“Bagaimana kerjasama Korea Selatan ke Indonesia melalui *Joint Cultural Commission* tahun 2006?”**

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui kedua pihak antara Korea Selatan dan Indonesia saling mendekati untuk membahas suatu masalah atau fenomena atau kejadian
2. Mengetahui kedua pihak antara Korea Selatan dan Indonesia mengemukakan bukti-bukti teknis untuk menyetujui satu penyelesaian atau dalam kasus ini, kesepakatan
3. Mengetahui perundingan dan perjanjian kerjasama Korea Selatan dan Indonesia

**1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi pembaca memberikan penjelasan tentang kerjasama Korea Selatan ke Indonesia melalui *Korean Wave*.
2. Bagi bidang keilmuan memberikan pengetahuan kepada akademisi yang bergerak di bidang diplomasi mengenai penerapan konsep-konsep yang terkait dengan diplomasi.
3. Bagi program studi menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.