

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Hubungan internasional merupakan suatu kajian ilmu yang menitikberatkan pada interaksi para aktor dalam politik internasional, termasuk aktor negara dan non-negara. Hubungan internasional dikaitkan dengan isu-isu keamanan atau politik yang menjadi bahasan pokok dalam topik hubungan internasional. (<https://study.com/academy/lesson/what-is-international-relations.html> diakses 18 mei 2021)

Bagi sebuah negara, power merupakan hal utama untuk dapat menjalankan fungsi negara dengan baik. Dalam menjelaskan konsep power, ada dua konsep dalam ilmu Hubungan Internasional, yaitu *Hard Power* dan *Soft Power*. *Hard Power* membicarakan mengenai geografis, sumber daya alam, dan kekuatan militer, sedangkan *Soft Power* membahas tentang budaya, teknologi, pendidikan, dan lain-lain. Dapat disimpulkan juga bahwa *Hard Power* bersifat memaksa, dan *soft power* bersifat membujuk. Di era modern seperti sekarang, konsep *hard power* mulai ditinggalkan karena tidak sesuai lagi dengan sistem global yang sudah banyak berubah. *Hard power* yang bersifat memaksa, beresiko menimbulkan pemberontakan karena tiap negara memiliki kedaulatan penuh dan tidak dapat dilanggar kedaulatannya oleh negara lain. Penggunaan *hard power* mungkin efektif dalam jangka pendek, tetapi keefektifannya dipertanyakan dalam jangka panjang. Berbeda dengan

hard power, konsep *soft power* tidak berasal dari paksaan dan ancaman pihak yang membutuhkan, namun menggunakan kekaguman negara lain terhadap negaranya. Maksudnya adalah, negara secara perlahan membentuk konsep dirinya sendiri, seperti apa negaranya ingin dilihat oleh negara lain, yang kemudian konsep tersebut lama-kelamaan akan tertanam di negara lain. Dengan demikian, negara mendapatkan keinginannya tanpa memaksa, melainkan murni karena keinginan dari negara itu sendiri. (<https://www.heritage.org/defense/commentary/the-importance-hard-power> Diakses tanggal 18 mei 2021)

Diplomasi merupakan salah satu contoh dalam konsep *soft power*, diplomasi merupakan salah satu instrument penting dalam pelaksanaan politik luar negeri suatu negara untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara.(Effendi 2008)

Diplomasi bisa menjadi nilai tawar atau *state branding* untuk membangun citra sebuah negara, Dalam hubungan antar negara diplomasi dilakukan di tingkat paling awal sebuah negara yang hendak melakukan hubungan bilateral dengan negara lain hingga keduanya mengembangkan hubungan selanjutnya dan mencapai sebuah kesepakatan.(Fadli 2016)

Salah satu bentuk diplomasi adalah diplomasi kebudayaan, Diplomasi kebudayaan adalah pertukaran kebudayaan antara dua atau lebih bangsa untuk memperkuat kerjasama antar negara demi mencapai kepentingan nasional suatu negara, diplomasi bagaikan alat utama dalam pencapaian

kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional. Melalui diplomasi inilah sebuah bangsa dapat membangun citra tentang dirinya. Dalam hubungan antar bangsa, pada umumnya diplomasi dilakukan sejak tingkat paling awal sebuah bangsa hendak melakukan hubungan bilateral dengan bangsa lain hingga keduanya mengembangkan hubungan selanjutnya. Diplomasi budaya sangat dibutuhkan dalam mempromosikan, mengkampanyekan, serta menyosialisasikan hal-hal yang dikira perlu untuk diketahui oleh orang banyak, khususnya oleh bangsa lain. Diplomasi kebudayaan juga dapat diartikan sebagai diplomasi yang memanfaatkan aspek kebudayaan untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya dalam peredaran masyarakat internasional. (<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pedoman-kegiatan-diplomasi-budaya-antar-bangsa/> diakses tanggal 18 mei 2021)

Korea selatan merupakan salah satu negara yang sangat berhasil dalam melaksanakan konsep diplomasi kebudayaan, dengan berkembangnya budaya korea yang sangat pesat. Fenomena ini disebut dengan *korean wave* atau disebut juga *Hallyu*, fenomena *korean wave* dapat ditemukan di Indonesia terutama pada generasi milenial. Fenomena *Korean wave* ini berkembang pesat dalam dua dekade terakhir. Perkembangan teknologi informasi yang cepat akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama penyebab besarnya antusiasme public terhadap *Korean wave* di Indonesia. (Egsaugm 2020)

Korean wave atau *Hallyu* berasal dari kata *Han Liu* yang artinya gelombang korea. *Korean wave* merupakan penyebaran gelombang budaya populer modern dan dunia hiburan Korea ke seluruh dunia yang berupa musik populer (k-pop), drama tv (k-drama), film, animasi, game, kuliner, bahkan fashion.(Jeon and Yuwanto 2014)

Korean wave pertama kali muncul pada pertengahan 1990 hingga 2000-an, saat itu drama TV serta musik Korea Selatan memperoleh popularitas besar di negara-negara asia seperti China dan Jepang. Pada tahun 1997 ketika drama Tv berjudul “*What Is Love*” ditayangkan oleh salah satu stasiun TV terkenal di China yaitu *Central China Television (CCTV)* Drama tersebut mendapatkan peringkat kedua dalam konten video impor sepanjang masa di China. Kemudian, dari situlah muncul istilah *Hallyu* atau “Gelombang Korea” yang mengacu pada kegilaan global terhadap budaya Korea. Kemudian pada tahun 2003 Drama TV KBS *Winter Sonata* ditayangkan di salah satu stasiun TV Jepang yaitu NHK. Drama tersebut mendapatkan perhatian besar dari masyarakat Jepang, tempat pembuatan drama tersebut yaitu Pulau Nami di Chuncheon menjadi salah satu tujuan wisata yang wajib dikunjungi wisatawan Jepang di Korea. Pada pertengahan 2000-an hingga awal 2010-an penyebaran *Korean wave* didominasi oleh grup pria dan grup wanita yang disebut bintang idola seperti *Big Bang*, *Girls Generation*, dan *Kara*. Selama periode ini *Korean Wave* semakin memperluas basis penggemarnya hingga ke panggung global. termasuk Amerika Latin dan Timur Tengah di luar Asia, terutama yang disukai oleh kaum muda di usia

remaja dan 20-an. *Korean Wave*, yang telah membangun fondasi yang kokoh melalui budaya populer seperti drama TV dan musik, dan telah melampaui batas pengaruhnya sejak tahun 2010-an. Karena pesona unik budaya Korea dikenal luas oleh orang-orang di seluruh dunia melalui *platform online* global seperti YouTube dan layanan jejaring sosial, kegemaran telah meluas ke budaya, makanan, sastra, dan bahasa tradisional Korea menciptakan lebih banyak peminat. (<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu> Diakses 24 April 2021)

Ada banyak konten-konten kebudayaan yang termasuk dalam *Korean wave* salah satu yang paling berpengaruh adalah *K-pop*. *K-pop* merupakan istilah umum untuk musik populer di Korea Selatan, pada awalnya di sebut *gayo* yang berarti music pop. Istilah "pop", yang awalnya merujuk pada musik pop Inggris dan Amerika, dan telah digunakan untuk merujuk pada musik populer di negara lain dengan menambahkannya ke huruf pertama dari nama negara tersebut, seperti "K-pop" dari Korea. Pada pertengahan 2000-an grup idola seperti *TVXQ*, *Kara*, *Big Bang*, *Girls 'Generation*, dan *2NE1* mendapatkan perhatian yang luar biasa di Asia seperti Jepang, China, Taiwan, Singapura, yang memicu minat global terhadap *K-pop*. Lalu pada tahun 2009 grup wanita *Wonder Girls* menjadi penyanyi korea pertama yang muncul di chart Billboard hot 100 dengan lagu berjudul "*nobody*". Pada tahun 2012 Psy's "*Gangnam Style*" mempertahankan posisinya di peringkat No.2 Billboard Hot 100 selama tujuh minggu berturut-turut dan mencapai 3 miliar penayangan di Youtube. Kesuksesan "*Gangnam Style*" di seluruh dunia

diikuti oleh lonjakan Grup Boyband K-pop BTS. K-pop memiliki banyak penggemar setia dan terkenal dengan kefanatikan yang tinggi.

K-Drama juga merupakan salah satu konten budaya Korea Selatan yang mendapatkan antusiasme yang juga sangat besar dari masyarakat dunia, *Korean Drama* atau K-Drama merupakan drama televisi berbahasa Korea yang dibuat di Korea Selatan, istilah K-Drama diambil dari huruf pertama negara tersebut seperti K-Drama dari Korea dan merupakan istilah populer dari Drama yang berasal dari Korea Selatan. Keberhasilan K-Drama dimulai pada saat drama *What Is Love* dan *Winter Sonata* di China dan Jepang menjadi awal menyebarnya drama korea di seluruh Asia dan sekitarnya. Kemudian diikuti oleh drama “*DaeJang Geum*” sebuah serial yang menceritakan tentang seorang yatim piatu yang bertugas memasak di dapur kemudian menjadi dokter wanita pertama raja. Drama ini ditayangkan pada tahun 2003 hingga 2004 dan menjadi drama dengan rating tertinggi di Korea sebelum di ekspor ke 87 negara di dunia termasuk negara islam seperti Iran di mana drama tersebut menerima sebanyak 80% dari pemirsa yang terpesona dengan penggambaran dari budaya Korea tradisional seperti masakan *Korea Royal Court* dan kostum tradisional. Pada tahun 2013 K-Drama seperti *My Love From The Star*, *That Winter the wind Blows*, yang paling banyak digandrungi penggemar. Pada tahun 2015 K-Drama *Reply 1988* yang menceritakan tentang kehangatan keluarga dan persahabatan yang membuat K-Drama ini mendapatkan antusiasme yang besar pula. Pada 2016 *Dokkaebi (Guardian: The Lonely and Great God)*, *Moonlight Drawn by Clouds*, dan *Descendants*

of the Sun semakin menarik perhatian masyarakat. Pada tahun 2019 K-Drama orisinal Netflix berjudul *Kingdom* berhasil mendapatkan daya tarik dan perhatian yang besar dari para penggemar K-Drama. Sinematografi yang terorganisir dengan baik dan kemampuan mengarahkan secara alami mengarah pada produksi *Kingdom Season 2* dan penciptaan genre baru yang disebut K-zombies. Menarik para penonton untuk mengapresiasi arsitektur dan gaya berpakaian ala dinasti Joseon, yang menjadi latar belakang drama tersebut, serta meningkatnya rasa ingin tahu tentang topi tradisional Korea yang disebut gat berkontribusi pada meningkatnya penjualan di situs website www.amazon.com.

(<https://id.korean-culture.org/id/485/board/231/read/95588> Diakses 18 Mei 2021)

Pada tahun 2020, K-Drama berjudul *Crash Landing On You* ditayangkan perdana melalui Netflix di 190 Negara, K-Drama ini menceritakan tentang romansa antara pewaris *chaebol* (konglomerat) Korea Selatan dan kapten di Angkatan Darat Korea Utara. K-Drama ini sukses mendapatkan perhatian penonton di Asia, termasuk Jepang dimana K-Drama ini mencapai daftar 10 acara terpopuler di Netflix selama 10 minggu. K-Drama ini juga berhasil mencuri perhatian para penonton karena skincare yang digunakan oleh *Yoon Se Ri* (<https://stylevanity.com/2020/02/captain-ri-yoon-se-ri-crash-landing-on-you-skincare-products.html> diakses tanggal 18 Mei 2021)

Di Indonesia penyebaran budaya korea dimulai setelah piala dunia Korea Selatan dan Jepang pada tahun 2002, Korea Selatan yang pada saat itu juga menjadi tuan rumah di Piala Dunia 2002. Seluruh penggemar olahraga sepak bola menujukan matanya ke Korea Selatan, dan semakin banyak orang di Indonesia yang mulai mengenal Korea Selatan, momen tersebut di selenggarakan di stasiun televisi Indonesia. Dan digunakan untuk memperkenalkan drama seri Korea Selatan atau lebih dikenal dengan K-Drama. Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menayangkan K-Drama berjudul *Mother's Sea* pada Maret tahun 2002. Dan dilanjutkan dengan K-Drama berjudul *Endless Love* dan ditayangkan di Indosiar pada 1 Juli 2002. Pada tahun 2011 terdapat 50 K-Drama yang tayang di Indonesia dan terus meningkat setiap tahunnya. (<https://www.isi-dps.ac.id/berita/gurita-budaya-populer-korea-di-indonesia/> diakses tanggal 1 Agustus 2021)

K-Drama tidak begitu saja dikenal oleh masyarakat Indonesia, terdapat bantuan dari media salah satunya televisi sebagai media elektronik dalam memberikan pengaruh penayangan K-Drama di Indonesia. Menurut survey AGB Nielsen Indonesia di Kompas Online 14 Juli 2003, drama "*Endless Love*" yang ditayangkan di televisi Indosiar pada tahun 2002 berhasil mendapatkan rating 10. Perolehan rating tersebut berarti drama tersebut ditonton oleh sekitar 2,8 juta orang di lima kota besar di Indonesia. Drama ini menjadi bukti nyata bahwa drama seri dari negeri gingseng ini mendapatkan perhatian yang cukup di Indonesia. (Nugroho, 2011: 45)

Dalam penelitian yang berjudul *Study on Ripple Effects of Hallyu* yang dirilis oleh Badan Promosi Kebudayaan Internasional Korea, Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata di Indonesia yang mewawancarai 400 responden yang pernah menikmati konten Korea, popularitas konten budaya Korea Selatan mencapai 3,47 di 2017, hal ini terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan responden Jepang, India, Tiongkok, dan Thailand. 50 persen produk Korea terpopuler adalah produk kecantikan, fashion, dan makanan. Para penggemar produk budaya Korea menghabiskan rata-rata 18,8 jam dalam sebulan untuk mendengarkan musik serta menonton Drama Korea 20,6 jam setiap bulannya. Indonesia menghabiskan \$10,5 AS per bulan atau sekitar Rp.1,82 juta pertahun untuk menikmati konten budaya Korea, dan pengeluaran terbesar adalah drama Korea. (<https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/fesyen-makanan-dan-musik-k-pop-terpopuler-di-indonesia> diakses tanggal 25 Juni 2021)

Perkembangan *Korean Wave* juga turut berkembang ke wilayah budaya lainnya seperti kuliner. Restoran dengan makanan tradisional korea seperti Kimchi, Bulgogi, Bibimbap, dan lainnya mulai banyak dicari masyarakat dunia, sehingga banyak restoran khas korea yang dibuka di Newyork, London, hingga Paris. Berbagai macam makanan ringan khas korea juga mulai banyak ditemui di berbagai negara salah satunya Indonesia. Beberapa supermarket banyak menjual makanan ringan khas korea seperti Superindo, Hypermart, serta Carrefour. Mulai menjual mie instan, permen, dan kue-kue kering khas korea.

Hal ini erat kaitannya dengan kesuksesan K-Drama yang sering menayangkan adegan makanan khas negeri ginseng tersebut. Para artis *Hallyu* sering menjadi duta produk-produk kecantikan dan kosmetik yang menjadi incaran seluruh negara pencinta *Hallyu*. Selain karena banyaknya artis artis *K-pop* yang menggunakan produk kecantikan korea, para artis K-Drama juga berpengaruh besar dalam besarnya antusias masyarakat dunia terhadap produk-produk korea. Seperti munculnya brand kosmetik *Etude House* di Jakarta. Sama halnya dengan produk kecantikan korea yang menjadi trend baru. Fashion Korea juga banyak diikuti para penggemarnya di seluruh dunia, fashion masuk kedalam produk kebudayaan korea yang penyebarannya masuk kedalam gelombang ketiga sejak 2010. Meningkatnya minat masyarakat terhadap *K-Fashion* sangat erat kaitannya dari kesuksesan *K-Drama* serta *K-pop*. Oleh karena itu banyak para bintang *Hallyu* dijadikan sebagai wajah produk *K-Fashion* agar menarik keinginan masyarakat dunia dalam menggunakan produk produk korea selatan.(Jeon and Yuwanto 2014)

Diplomasi Budaya melalui K-Drama di Indonesia juga semakin terasa dengan munculnya komunitas-komunitas penggemar K-Drama, munculnya *online shop* yang menjual barang-barang Korea di Indonesia, dibukanya pusat kebudayaan Korea (*Korean Cultural Center Indonesia*) dan juga universitas-universitas yang menyediakan program studi terkait Korea. Budaya-budaya yang ada dalam K-Drama tersebut ditiru oleh penonton, seperti gaya berpakaian, berbahasa, dan lainnya. Sehingga dapat meningkatkan perekonomian dari bidang budaya tersebut. Budaya-budaya yang ditimbulkan

oleh *korean wave* membuat seakan dengan mengimplementasikan hal-hal yang berkaitan dengan Korea merupakan kebanggaan tersendiri, seperti penggunaan pakaian, Bahasa, makanan Korea yang di konsumsi, hingga menjadikan Korea salah satu tujuan wisata. *Image* “ke-koreaan” sekarang sudah menjadi hal biasa di Indonesia. Walaupun belum mampu menggeser *image* “kebarat-baratan” yang sudah mulai ditransmisi dan menggeser budaya Indonesia, namun tidak menutup kemungkinan jika *korean wave* ini semakin berkembang di Indonesia, maka akan dapat menjadi akulturasi budaya populer selanjutnya di Indonesia. (Leonardo 2019)

Tema Drama Korea sebagai diplomasi kebudayaan Korea Selatan sebelumnya sudah diteliti dalam skripsi oleh Kartika Dewi Nugraha mahasiswa program studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penelitian yang berjudul “Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Melalui Drama ‘Goblin’” terdapat persamaan penelitian yang difokuskan pada K-Drama sebagai diplomasi kebudayaan Korea Selatan. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah fokus penelitian untuk menganalisa fenomena K-Drama. Di dalam penelitian Kartika Dewi Nugraha lebih difokuskan pada satu drama saja, sedangkan dalam penelitian ini peneliti lebih difokuskan terhadap fenomena K-Drama di Indonesia.

(<https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/9847/Cover%20-%20Bab1%20> diakses pada 28 April 2021)

Penelitian lainnya dengan tema diplomasi kebudayaan Korea Selatan sudah diteliti oleh Leonardo mahasiswa program studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Komputer Indonesia dengan judul “Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan- Indonesia” Adapun perbedaan penelitian yang diteliti oleh Leonardo dan penelitian ini adalah penelitian Leonardo yang difokuskan pada hubungan bilateral Korea Selatan dan Indonesia, sedangkan dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada K-Drama sebagai bentuk diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. (<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/gps/article/view/1997> diakses pada 28 April 2021)

Penelitian tentang Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan sebelumnya juga sudah diteliti oleh Ajeng Puspa Marlinda dengan judul “Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Indonesia (2002-2017)”. Adapun perbedaan penelitian Ajeng Puspa Marlinda dengan penelitian ini adalah fokus penelitian diplomasi budaya Korea Selatan serta tahun penelitian (2002-2017), dalam penelitian ini peneliti memfokuskan diplomasi budaya korea yaitu K-Drama dan tahun penelitian di tahun (2016-2020). (<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21448> diakses 18 mei 2021)

Setelah mencari pencarian mendasar mengenai produk diplomasi kebudayaan korea selatan seperti K-Drama, K-pop, K-Fashion, sebagai bentuk munculnya *Korean wave*. Peneliti merasa perlu meneliti lebih jauh tentang fenomena K-Drama dan dengan demikian peneliti memilih judul

“Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia melalui K-Drama (2016-2020)”

Adapun ketertarikan peneliti terhadap judul karya ilmiah ini didukung oleh beberapa mata kuliah Studi Hubungan Internasional antara lain :

1. Politik Luar Negeri

Dalam penelitian ini peneliti dapat melihat bagaimana sebuah negara melakukan politik luar negerinya untuk kepentingan nasional negaranya. Dalam penelitian ini Politik Luar Negeri bisa digunakan untuk melihat bagaimana Korea Selatan melakukan Politik Luar Negerinya dengan cara Diplomasi Kebudayaan melalui K-Drama.

2. Pengantar HI

Dalam mata kuliah ini peneliti dapat mengetahui HI sebagai sebuah kajian, serta sebagai sebuah fenomena politik global dewasa ini. Dalam penelitian ini Pengantar HI digunakan untuk melihat aktor-aktor dalam Hubungan Internasional dan peran dari *power*.

3. Diplomasi dan Negosiasi

Melalui mata kuliah ini peneliti dapat melihat bagaimana negara melakukan upaya untuk mendapatkan kepentingannya. Dalam penelitian ini mata kuliah Diplomasi dan Negosiasi digunakan untuk melihat bagaimana Korea Selatan melakukan Diplomasi Kebudayaan untuk mendapatkan kepentingan nasional negaranya.

4. HI Asia Timur

Melalui mata kuliah ini peneliti melihat Asia Timur sebagai sebuah Kawasan yang sangat dinamis di Dunia. Asia timur merupakan poros ekonomi dunia serta memaknai identitas dan ketekunan menghormati nilai-nilai filosofis dalam kehidupan (Asian values), dalam penelitian ini mata kuliah HI Asia Timur digunakan untuk melihat bagaimana Korea Selatan menggunakan kebudayaannya sebagai produk diplomasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, untuk memudahkan meneliti melakukan pembahasan, peneliti membagi rumusan masalah menjadi dua, yaitu rumusan masalah mayor dan rumusan masalah minor, sebagai berikut :

1.2.1. Rumusan Masalah Mayor

Dalam rumusan masalah mayor dalam penelitian ini adalah “Mengapa Korea Selatan menggunakan K-Drama sebagai media diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia?”

1.2.2. Rumusan Masalah Minor

Peneliti merumuskan beberapa masalah minor sebagai berikut :

1. Bagaimana Korea Selatan melakukan diplomasi kebudayaan di Indonesia melalui K-Drama?

2. Apa kendala yang dihadapi Korea Selatan dalam diplomasi kebudayaannya di Indonesia melalui drama korea?
3. Sejauh mana diplomasi kebudayaan Korea Selatan melalui K-Drama berpengaruh terhadap produk budaya Korea Selatan di Indonesia ?

1.2.3. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas maka perlu dibuat pembatasan masalah. Dalam upaya memfokuskan permasalahan pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada K-Drama sebagai produk diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia dalam kurun waktu 2016-2020, karena pada tahun 2016 mulai muncul K-Drama di Indonesia dengan subtitle Indonesia dan pada tahun 2016 banyak K-Drama yang mendapatkan rating tertinggi seperti *Descendants of the Sun (DOTS)*, *Uncontrollably Fond*, *Doctors*. Dipilih tahun 2020 karena 2020 adalah kurun waktu terakhir.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui peran serta pengaruh K-Drama sebagai diplomasi kebudayaan di Indonesia dan peranan aktor-aktor pemerintah maupun non pemerintah dalam melaksanakan diplomasi kebudayaan di Indonesia.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti membahas kasus penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Korea Selatan melakukan diplomasi kebudayaannya di Indonesia melalui K-Drama.
2. Untuk memahami kendala yang dihadapi Korea Selatan dalam diplomasi kebudayaannya di Indonesia melalui K-Drama.
3. Untuk menganalisa sejauh mana diplomasi kebudayaan Korea Selatan melalui K-Drama berpengaruh di Indonesia

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian maka kegunaan penelitian dibagi menjadi dua :

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperkaya pengetahuan mengenai diplomasi budaya Korea melalui K-Drama sebagai salah satu bentuk *soft power diplomacy* suatu negara.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi studi ilmu hubungan internasional yang berminat mempelajari lebih jauh tentang diplomasi budaya Korea melalui drama korea, serta dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi instansi pemerintah Korea Selatan dan Intansi-instansi terkait dalam mempelajari kebudayaan sebagai bentuk *soft power diplomacy*.