

**DUKUNGAN PEMERINTAH KOREA SELATAN TERHADAP *KOREAN WAVE* DI
INDONESIA PADA TAHUN 2005-2010**

Reza Widi Puspitasari

Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: reza.widi.2014@fisipol.umy.ac.id

ABSTRAK

Korean Wave merupakan fenomena tersebarnya budaya pop Korea secara global ke berbagai negara di dunia. *Korean Wave* memicu banyak orang di negara-negara tersebut untuk mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea Selatan. Mewabahnya *Korean Wave* di seluruh dunia selama beberapa tahun terakhir tidak lepas dari dukungan pemerintah Korea Selatan itu sendiri. Pemerintah Korea Selatan bertujuan untuk memajukan negaranya dengan cara membuat fenomena *Korean Wave* menyebar ke negara-negara lain. Indonesia adalah salah satu negara yang terkena dampak dari pengaruh *Korean Wave*. Sebagai negara yang terkena dampak *Korean Wave*, tentu hal tersebut tak lepas dari dukungan yang diberikan oleh pemerintah Korea Selatan, yang kemudian akan berdampak pada peningkatan hubungan bilateral dengan Indonesia. Oleh karena itu, dalam jurnal ini akan dijelaskan lebih jauh upaya-upaya apa saja yang dilakukan pemerintah Korea Selatan dalam memanfaatkan *Korean Wave* agar dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan Indonesia.

Korean Wave is a phenomenon of Korean pop culture spread globally to various countries in the world. *Korean Wave* sparked a lot of people in these countries to learn the language and culture of South Korea. The worldwide outbreak of *Korean Wave* over the past few years has not escaped the support of the South Korean government itself. The South Korean government aims to advance its country by making the *Korean Wave* phenomenon spread to other countries. Indonesia is one of the countries affected by the influence of *Korean Wave*. As a country affected by the *Korean Wave*, of course it can not be separated from the support provided by the South Korean government, which will then have an impact on improving bilateral relations with Indonesia. Therefore, in this journal will be explained further what efforts made by the South Korean government in utilizing the *Korean Wave* in order to establish a better relationship with Indonesia.

Keywords: *South Korea, Korean Wave, Culture*

Pendahuluan

Fenomena *K-Pop* (*Korean Pop*) atau biasa disebut *Korean Wave* yang sedang *booming* di masyarakat merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga budaya Korea Selatan pun dengan mudah dapat disebarkan ke seluruh dunia dan menjadi sebuah globalisasi budaya. Globalisasi budaya tidak terlepas dari peran teknologi dalam pertukaran informasi antar budaya, sehingga muncul beberapa budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia yang dikenal sebagai budaya populer atau budaya pop. Budaya pop mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasak, gaya berpakaian, olahraga, dunia hiburan, dan lain-lain. Dalam perkembangannya, budaya pop tidak hanya didominasi oleh negara-negara barat, tetapi juga oleh negara-negara di Asia, salah satunya Korea Selatan. Korea Selatan kini menjadi salah satu negara pengekspor budaya pop yang dikenal sebagai *K-Pop* yang sudah tidak asing di seluruh dunia saat ini.

Kegemaran akan budaya pop Korea dimulai di China dan Asia Tenggara pada akhir 1990-an. *Korean Wave* atau *Hallyu* merupakan istilah yang pertama kali digunakan di Beijing, China, untuk menyebutkan seluruh hal yang berhubungan dengan Korea Selatan di bidang industri hiburan. Istilah tersebut diadopsi oleh media China setelah salah satu grup band Korea Selatan, H.O.T., merilis album musiknya di China pada tahun 1996. Serial drama TV asal Korea Selatan pun mulai diputar di China dan menyebar ke negara-negara lain seperti Hongkong, Vietnam, Thailand, Indonesia, Filipina, Amerika Serikat, Amerika Latin dan Timur Tengah. Pada saat ini, *Korean Wave* diikuti dengan banyaknya perhatian akan produk Korea Selatan, seperti musik, film, barang elektronik, dan masakan. Fenomena ini turut mempromosikan bahasa dan budaya Korea Selatan ke berbagai negara.

Awal penyebaran Korean Wave terjadi melalui dua usaha. Usaha pertama dilakukan oleh SM Entertainment dengan membentuk grup musik seperti H.O.T., S.E.S, dan Shinhwa yang memadukan gaya tradisional Korea Selatan dengan gaya barat, baik dalam lagu maupun gaya berpakaian mereka. Terhitung sejak tahun 2000-an, ekspor musik Korea Selatan telah berkembang pesat. Pada awalnya, ekspor musik hanya menghasilkan USD 16,5 juta, penghasilan ini kemudian berkembang pesat menjadi USD 794 juta. Usaha kedua dilakukan dengan menggunakan drama *Winter Sonata* sebagai media untuk memasuki pasar internasional. *Winter Sonata* yang diproduksi pada tahun 2002 kemudian masuk ke Jepang pada tahun 2003 dan menjadi viral.

Pengaruh *Korean Wave* di dunia internasional saat ini tidak dapat dipandang sebelah mata. Dalam bidang musik misalnya, beberapa *boyband* dan *girlband* Korea Selatan telah menguasai berbagai *chart* musik internasional, contohnya *Billboard* dan *iTunes*. Begitu pula dengan produksi film yang sukses memasuki pasar internasional dan kemudian dinikmati oleh berbagai kalangan umur, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dalam bidang teknologi dan industri, Korea Selatan juga mendominasi dengan produk teknologi yang mereka hasilkan, seperti Samsung dan LG Electronics.

Pemerintah Korea Selatan mulai menaruh perhatian serius terhadap *Korean Wave* ketika terjadi krisis ekonomi pada tahun 1998, dimana pada saat itu produk domestik bruto (PDB) Korea Selatan anjlok sampai 7%. Melihat kondisi tersebut, pemerintah berupaya memulihkan kembali kekuatan ekonominya dengan menyebarkan *Korean Wave* sebagai *soft power* untuk memperluas pengaruh Korea Selatan ke luar negeri, baik dari segi ekspor kultur maupun pariwisata. Semenjak *Korean Wave* menyebar luas, Korea Selatan menjadi negara yang sering dikunjungi oleh para turis, baik turis domestik maupun mancanegara. Terdapat delapan indikator yang menunjukkan bahwa *Korean Wave* menyebar dengan luas sehingga meningkatkan minat turis mengunjungi Korea Selatan. Kedelapan indikator tersebut diperoleh dari *polling*, survey, komentar, diskusi, dan berita-berita, baik dari sumber *online* maupun media cetak seperti koran dan buletin. Jumlah kedatangan turis mancanegara terus meningkat dan menunjukkan bahwa *Korean Wave* yang selama ini didukung pemerintah telah berhasil meningkatkan dan mengembangkan industri pariwisata di Korea Selatan.

Peningkatan jumlah turis mancanegara dan popularitas *Korean Wave* juga berimbas pada perbaikan perekonomian negara tersebut. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya PDB Korea Selatan dari tahun 1960-an (pasca perang saudara dengan Korea Utara) yaitu USD 2,3 miliar, menjadi USD 930 miliar pada tahun 2008 (pasca mewabahnya *Korean Wave*). Kenaikan tersebut mencapai lebih dari 400 kali lipat. Sementara itu, kenaikan pendapatan per kapita mencapai 237,5%, dari USD 80 pada tahun 1962 menjadi USD 19.000 pada tahun 2008. Pertumbuhan ekonomi yang pesat tersebut menjadikan Korea Selatan sebagai negara dengan kekuatan ekonomi terbesar ke-4 di Asia setelah Jepang, China dan India.

Selain itu, adanya *Korean Wave* memberikan dampak pada aspek pariwisata. Dengan semakin merajalelanya drama-drama Korea Selatan yang dinikmati oleh masyarakat di berbagai negara, maka tidak menutup kemungkinan hal tersebut menimbulkan rasa penasaran terhadap masyarakat dunia untuk dapat mengunjungi tempat-tempat yang digunakan sebagai lokasi pengambilan gambar untuk drama Korea. Tempat-tempat tersebut

merupakan aset untuk memancing para turis untuk mengunjungi Korea Selatan. Selain menambah devisa negara, kedatangan para turis juga akan memunculkan rasa kedekatan dan keterikatan dengan negara ginseng tersebut. Tercatat dari laporan tahunan Kementerian Pariwisata di Korea Selatan bahwa jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Korea Selatan pada tahun 2004 meningkat dari 647.000 orang menjadi 968.000 orang. Di kota Chuncheon saja, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung pada tahun 2003 sebesar 140.000 orang, pada 2004 meningkat secara signifikan menjadi 370.000 orang, dan kembali meningkat menjadi 390.000 orang di tahun 2005. Tidak berhenti sampai di sini saja. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan semakin meningkat sejalan dengan semakin banyaknya tempat-tempat baru yang dijadikan lokasi pengambilan gambar dalam drama atau film di Korea Selatan.

Fenomena *Korean Wave* Di Korea Selatan

Dukungan pemerintah Korea Selatan terhadap *Korean Wave* bertujuan untuk menciptakan citra Korea Selatan sebagai negara yang memiliki kebudayaan unik dan menarik. Pada periode tahun 2000-an, perkembangan *Korean Wave* mulai mengarah kepada kesuksesan karena respon positif ditunjukkan di hampir seluruh negara Asia, seperti negara-negara di kawasan Asia Tenggara, kawasan Timur Tengah dan sebagainya.

Gelombang kebudayaan berikutnya terjadi pada awal tahun 2010, ketika Korea Selatan memperluas wilayah ekspansi kebudayaan hingga ke kawasan Eropa dan Amerika. Respon positif yang ditunjukkan oleh masyarakat internasional membuat *Korean Wave* muncul sebagai sebuah fenomena budaya yang mempengaruhi lebih dari setengah negara-negara di dunia. Kesuksesan yang diraih *Korean Wave* tidak hanya berdampak pada peningkatan perekonomian, tetapi juga politik, sosial dan budaya Korea Selatan.

Istilah *Korean Wave* pertama kali digunakan oleh seorang jurnalis di Cina ketika melihat pemberitaan tentang *K-Drama* dan *K-Pop* mendominasi surat kabar dan majalah di Cina pada tahun 1998. *Beijing Youth Daily* merupakan salah satu media cetak di Cina yang pertama kali menggunakan istilah *Korean Wave* dalam laporannya mengenai kesuksesan yang diraih grup idola Korea Selatan dalam penyelenggaraan konsernya di Beijing pada bulan November 1999. Sejak saat itu, istilah *Korean Wave* sering digunakan untuk menggambarkan popularitas kebudayaan Korea Selatan di luar negeri karena kedahsyatan perkembangan budaya Korea Selatan serupa dengan gelombang (*wave*).

Korean Wave terdiri dari beberapa konten kebudayaan yang menjadi komoditas ekspor kebudayaan yang utama bagi Korea Selatan, antara lain film, drama televisi (*K-Drama*), musik (*K-Pop*) dan *fashion* (*K-Fashion*). Konten-konten tersebut saling berpengaruh antara yang satu dengan yang lainnya. Kesuksesan *K-Drama* dan *K-Pop* di beberapa negara di Asia seperti Cina, Indonesia, Jepang, dan Malaysia berpengaruh pada peningkatan minat masyarakat internasional terhadap produk-produk Korea Selatan.

Sejak tahun 2010, *Korean Wave* tidak hanya muncul sebagai fenomena budaya di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Penyebarannya telah mencakup seluruh Asia, Eropa, Australia, Afrika Barat, hingga Amerika. Luasnya penyebaran *Korean Wave* dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung, antara lain aktor yang terlibat, kebijakan kebudayaan yang ditetapkan oleh pemerintah, dan strategi penyebaran melalui media massa.

Kesuksesan yang diraih *Korean Wave* tidak terlepas dari peran para aktor yang terlibat, antara lain pemerintah Korea Selatan, konglomerat (*chaebol*), pihak swasta, agensi musik dan para bintang idola *Korean Wave*. Media massa juga berperan sebagai wadah penyebaran konten-konten kebudayaan ke lingkungan internasional. Masing-masing aktor memiliki peranan penting dalam proses penyebaran *Korean Wave* dan bersama-sama mendorong kesuksesannya.

Pada dasarnya, *Korean Wave* membawa empat misi kebudayaan, yaitu membentuk citra positif Korea Selatan di lingkungan internasional, merubah perspektif atau pandangan negara lain, menggalang dukungan atas suatu kebijakan luar negeri, serta membentuk penilaian baik terhadap pemimpin atau dukungan domestik terhadap pemerintah.

Korean Wave digambarkan sebagai fenomena kebudayaan yang membawa pesan-pesan perdamaian dan sebagai bukti bahwa penyebaran kebudayaan tersebut bukanlah ancaman bagi negara-negara lain. Pesan perdamaian tersebut dapat dilihat melalui isu-isu yang dibawa oleh para bintang idola *Korean Wave*, seperti iklan *Save Energy Save Earth* yang dibintangi oleh boyband Super Junior yang mengajak semua masyarakat untuk hemat energi, iklan *Traffic Safety* yang dibintangi oleh boyband EXO K dan SHINee yang mengajak masyarakat agar lebih berhati-hati dalam mengemudi di jalan raya, serta iklan *Milk Song* yang dibintangi oleh boyband Infinite yang mengajak masyarakat untuk hidup sehat dengan meminum susu secara teratur.

Citra positif kebudayaan Korea Selatan yang telah terbentuk dapat merubah persepsi, penilaian dan pandangan negara-negara lain terhadap Korea Selatan. Adanya penilaian positif tentang kebudayaan yang dibawa oleh *Korean Wave* menjadi faktor penyebab

terjadinya perubahan pandangan negara-negara lain terhadap Korea Selatan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kementerian Dalam Negeri dan Komunikasi Jepang atau *Ministry of Internal Affairs and Communications of Japan* terhadap masyarakat mengenai penyebaran kebudayaan Korea Selatan di Jepang, diketahui bahwa 57,1% responden mengakui adanya perubahan pandangan yang positif terhadap Korea Selatan. Survey lain yang juga dilaksanakan di Jepang menunjukkan bahwa 62% responden mengakui perubahan pandangan positif terhadap Korea Selatan setelah masuknya *Korean Wave* ke Jepang.

Citra positif yang telah terbentuk berdampak pada perubahan persepsi dan pandangan yang berbuah dukungan untuk Korea Selatan. Adanya dukungan-dukungan yang ditunjukkan oleh beberapa negara seperti Cina, Taiwan, Indonesia, Thailand, Malaysia dan sebagainya mengarah kepada penggalangan dukungan terhadap suatu kebijakan luar negeri yang dikeluarkan oleh pemerintah Korea Selatan. Pada dasarnya, dukungan yang diberikan oleh negara-negara lain tidak hanya terbatas pada kebijakan luar negeri tapi juga kepada pemimpin Korea Selatan.

Pandangan positif terhadap pemerintah Korea Selatan pasca masuknya *Korean Wave* di lingkungan internasional juga berdampak terhadap penilaian negara-negara lain terhadap pemerintah Korea Selatan. Melalui penyebaran kebudayaan yang membawa pesan perdamaian dan kerja sama, digambarkan pula pemerintah Korea Selatan yang menginginkan terwujudnya perdamaian antar negara melalui *Korean Wave*.

Korean Wave di Indonesia

Berkembangnya *Korean Wave* di Indonesia menunjukkan adanya transformasi budaya asing ke dalam budaya suatu negara. Televisi dan internet merupakan media utama dalam penyebaran virus *Korean Wave*, mengingat saat ini televisi sudah menjadi hiburan pokok masyarakat, dan perkembangan teknologi semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses internet. Hal ini menjadikan *Korean Wave* sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Saat ini, lebih dari 5 juta video K-Pop telah diunggah ke Youtube. Sebagian dari jumlah tersebut adalah TVXQ (400.000 video), Kara (400.000 video), SNSD (340.000 video), Super Junior (270.000 video) serta Wonder Girls (260.000 video). "YouTube berperan penting dalam menyebarkan genre musik ke seluruh dunia," begitu pernyataan resmi Presiden Korea Selatan.

Melalui berbagai produk *Korean Wave*, terutama drama, film dan *variety show*, Korea Selatan memperkenalkan berbagai tempat wisata dan kebudayaan mereka. Strategi ini terbukti berhasil karena menurut data *Korea International Trade Association* (KITA) pada tahun 2004, terdapat peningkatan USD 1.87 juta atau 2,14 triliun won pada ranah pariwisata Korea yang disebabkan oleh *Korean Wave*. Selain itu, budaya karaoke, *kimchi*, *ramen*, *hanbok*, festival-festival tradisional serta makanan tradisional turut menjadi aspek pemasaran Korea Selatan. Bahkan saat ini semakin banyak orang yang ingin mempelajari Bahasa Korea. Menurut data *Korean Culture Center*, pada tahun 2013 terdapat 700 siswa yang mendaftar kursus Bahasa Korea.

Kesuksesan Korea Selatan dalam membangun citra melalui *K-Pop*, dibuktikan dengan munculnya masyarakat penggemar budaya pop Korea atau yang biasa disebut *Korean Lovers* di Indonesia. Tingkah laku *Korean Lovers* Indonesia bermacam-macam, seperti membeli CD atau DVD orisinil yang harganya selangit, menonton konser *boyband* dan *girlband* Korea Selatan yang diselenggarakan di Indonesia atau di negara tetangga, tidak tidur semalaman untuk menonton *K-Drama*, pergi ke warnet untuk mengunduh video musik *boyband* dan *girlband* favorit maupun mendapat berita terkini tentang dunia hiburan Korea Selatan, datang ke berbagai pertunjukan berbaur *K-Pop*, bergaya ala bintang idola Korea, bahkan berwisata ke Korea Selatan. Diantara berbagai tingkah laku tersebut, yang paling menarik adalah *Korean Lovers* yang melakukan *cover dance* dari *boyband* dan *girlband* idola mereka. *Cover dance* merupakan aktivitas menirukan gerakan tarian para *boyband* dan *girlband*, termasuk bagaimana mereka meniru ekspresi dan kostum yang dipakai sang bintang idola. *Korean Lovers* rela berkumpul dan berlatih berbagai gerakan tarian sang bintang idola untuk menunjukkan eksistensi dan kegemaran mereka terhadap dunia *K-Pop*.

Komunitas penggemar *K-Pop* mendominasi di antara komunitas-komunitas penggemar idola internasional lainnya, seperti komunitas penggemar Super Junior yang disebut *Elf*, komunitas penggemar EXO yang disebut *EXO-Stans*, dan banyak lagi komunitas lainnya. Keberadaan komunitas-komunitas tersebut membuktikan popularitas yang diraih *Korean Wave* di Indonesia. Pengaruh fenomena *Korean Wave* terhadap masyarakat Indonesia terlihat jelas dari perubahan gaya hidup, pola konsumsi serta pandangan masyarakat Indonesia tentang Korea Selatan.

Dukungan Pemerintah Korea Selatan Terhadap Korean Wave di Indonesia

Kebijakan-kebijakan yang dibuat pada masa awal terbentuknya Korea Selatan sebagian besar berfokus untuk menjaga kebudayaan Korea Selatan dan menangkal pengaruh asing. Pada masa pemerintahan Yun Bo Seon (tahun 1960-1962) dan Park Chung Hee (tahun 1963-1979), pemerintah Korea Selatan membuat kebijakan-kebijakan kebudayaan seperti:

1. Undang-Undang Pertunjukan Publik pada tahun 1961;
2. Undang-Undang Perfilman pada tahun 1962;
3. Undang-Undang Promosi Budaya dan Seni pada tahun 1972;
4. Publikasi Rancangan Lima Tahun Promosi Budaya dan Seni pada tahun 1973;
5. Publikasi Rancangan Kedua Lima Tahun Promosi Budaya dan Seni pada tahun 1978;
6. Pendirian *Korean Motion Picture Promotion Corporation* (KMPPC) pada tahun 1978; dan
7. Pendirian *Korean Culture and Arts Foundation* pada tahun 1973.

Peran Pemerintah Korea Selatan terlihat dari dukungan dan kontribusinya dalam penyebaran *Korean Wave*. Dengan besarnya dukungan yang diberikan kepada pelaku industri hiburan maupun diplomasi kebudayaan yang dilakukan secara formal oleh negara, pemerintah Korea Selatan melindungi negaranya dari dampak buruk westernisasi. Badan pemerintah yang langsung bertanggung jawab terhadap penyebaran *Korean Wave* adalah Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan. Institusi/lembaga yang bernaung di bawah kementerian tersebut antara lain *Korean Tourism Organization* (KTO), *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), *Korean Film Council* (KOFIC), *Korea Creative Content Agency* (KOCCA), dan *Korea Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE).

Hubungan diplomatik Korea Selatan-Indonesia telah terjalin secara resmi sejak 18 September 1973 dan direkatkan melalui pembentukan Kemitraan Strategis pada kunjungan Presiden Roh Moo Hyun ke Jakarta tanggal 4-6 Desember 2006. Pembentukan Kemitraan Strategis tersebut mencakup kerja sama di bidang politik, keamanan, ekonomi, perdagangan dan sosial budaya. Hubungan bilateral melalui sosial kebudayaan Korea Selatan dan Indonesia semakin intens dijalankan seiring semakin digemarinya *Korean Wave* oleh masyarakat Indonesia.

Popularitas *Korean Wave* di Indonesia diperkuat dengan diselenggarakannya “*Korea-Indonesia Week*”, yaitu serangkaian kegiatan pameran kebudayaan Korea Selatan sejak

tahun 2009 hingga 2011. Pergelaran budaya tersebut diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea di Indonesia untuk memperkuat hubungan bilateral di bidang sosial kebudayaan karena melihat respon positif masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan. Di samping itu, Pemerintah Korea Selatan membangun Pusat Kebudayaan Korea di Jakarta agar dapat berfungsi sebagai pusat informasi kebudayaan Korea Selatan.

Perkembangan *Korean Wave* didukung oleh peran sinkronisasi antara aktor negara, yakni Pemerintah Korea Selatan itu sendiri dengan aktor non-negara seperti para pelaku bisnis, masyarakat, selebritis dan media. Pemerintah Korea Selatan menjadikan *Korean Wave* sebagai upaya pembangunan citra maupun *nation-branding* Korea Selatan. Adapun pembangunan citra dinilai penting untuk menciptakan ketertarikan negara lain, guna menjalin dan mempererat hubungan bilateralnya sekaligus untuk memperkuat posisi di forum internasional.

Indonesia sadar akan perkembangan dari Korean Wave yang dapat mempengaruhi beberapa sektor dalam negeri, sehingga Indonesia dan Korea Selatan menandatangani *Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation between Republic of Indonesia and the Republic of Korea* yang mempengaruhi hubungan bilateral antara kedua negara di bidang:

1. POLITIK

Tahun 2018 hubungan diplomatik Republik Indonesia-Republik Korea menginjak usia yang ke-45. Hubungan diplomatik kedua negara dibuka pada tahun 1973, sementara hubungan konsuler dibuka 7 tahun sebelumnya yakni pada 1966. Kedua negara terus berupaya meningkatkan hubungan dan kerja sama baik bilateral, regional maupun multilateral. Hubungan dan kerja sama bilateral memasuki babak baru-kemitraan strategis pada 2006 dengan ditandatanganinya "*Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation between Republic of Indonesia and the Republic of Korea*".

Meningkatnya hubungan dan kerja sama bilateral tersebut antara lain didukung oleh sifat komplementaritas sumber daya dan keunggulan yang dimiliki masing-masing disamping proses kemajuan ekonomi dan politik kedua negara yang sangat baik yang membuka peluang kerja sama di berbagai sektor semakin terbuka lebar. Bagi Indonesia, Republik Korea menawarkan peluang yang baik sebagai sumber modal/investasi, teknologi dan produk-produk teknologi. ROK menjadi alternatif sumber teknologi khususnya di bidang *heavy industry*, IT dan telekomunikasi. Di lain pihak, Indonesia dengan

pertumbuhan ekonomi yang cukup "*robust*" dalam dekade terakhir menawarkan peluang pasar yang sangat besar, sumber alam/mineral, dan tenaga kerja. Menlu Yun Byung-se saat kunjungannya ke Jakarta, 9 Oktober 2014, memandang Indonesia sebagai mitra yang sangat penting bagi ROK seperti halnya RRT dan Jepang. Disampaikan bahwa ROK-RI akan berupaya keras untuk meningkatkan kerjasama multilateral, bilateral, dan regional.

Kedua negara berkepentingan terhadap perdamaian, stabilitas, keamanan kawasan Asia sebagai prasyarat keberlanjutan proses pembangunan nasional masing-masing. Selain itu juga saling dukung di berbagai forum-forum baik regional maupun internasional seperti pencalonan-pencalonan pada organisasi internasional.

Kedekatan hubungan dan kerjasama kedua negara dapat dilihat misalnya dari intensitas saling kunjung "*high dignitaries*". Sejumlah kunjungan penting dari Indonesia ke Korea Selatan misalnya kunjungan Presiden RI ke Busan dalam rangka *Commemorative Summit ASEAN-ROK ke-25* dan Pertemuan Bilateral, 10-12 Desember 2014, kunjungan Presiden RI ke-6 Dr. Susilo Bambang Yudhoyono dan menerima penghargaan The "*The Grand Order of Mugunghwa*" yang merupakan penghargaan tertinggi ROK dari Presiden Park Geun-hye pada 19 November 2014, kunjungan Bapak Jusuf Kalla Wakil Presiden RI pada 26 s/d 30 Agustus 2015, kunjungan Ibu Megawati Sukarnoputri Presiden RI ke-5 pada 14-18 October 2015, kunjungan Ketua MPR RI Dr. Zulkifli Hasan pada 22-24 October 2015 dan kunjungan Wakil Ketua Sementara KPK Bapak Johan Budi pada 8-11 November 2015.

Sebaliknya, dari Korea Selatan ke Indonesia diantaranya adalah kunjungan Speaker Chung Ui-hwa ke Jakarta pada 22 Desember 2014, kunjungan Deputy Prime Minister H.E. Hwang Woo-yea during the *Commemoration of the 60th Anniversary of the Asian African Conference and the 10th Anniversary of the New Asian-African Strategic Partnership (NAASP)*, AA Summit and Ministerial Meeting, April 2015, dan Kunjungan Kerja *Vice Chairperson Presidential Committee for Unification Preparation* H.E. Chung, Chong-Wook ke Jakarta pada 12 -14 Oktober 2015.

Sebagai tindak lanjut kesepakatan Pemimpin kedua negara, kedua negara selanjutnya telah bersepakat untuk melaksanakan *Joint Commission Meeting (JCM)* ke-2 dan sudah dilaksanakan di Seoul pada 18 Desember 2015.

Hubungan dan kerjasama yang erat juga terlihat di berbagai forum global, regional yang menjadi kepentingan bersama.

2. EKONOMI

Presiden Republik Indonesia dan Presiden Republik Korea telah menandatangani the Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century di Jakarta pada tanggal 4-5 Desember 2006. Joint declaration tersebut meliputi 3 pilar kerjasama, yaitu: kerjasama politik dan keamanan; kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi; serta kerjasama sosial budaya. Joint declaration tersebut mendorong kedua negara untuk lebih mempererat persahabatan dan menciptakan kerjasama yang lebih kongkrit. Sejak saat itu, tren investasi dan perdagangan antara kedua negara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Untuk mewujudkan pilar kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi, kedua negara setuju untuk membentuk Indonesia-Korea Joint Task Force on Economic Cooperation (JTF-EC) yang telah menyelenggarakan pertemuan tahunan sejak tahun 2007. Pada tahun 2011, Indonesia-Korea JTF-EC direvitalisasi menjadi Working Level Task Force Meeting (WLTFM) yang melakukan pertemuan dua kali setahun untuk mengakomodasi perkembangan yang signifikan dalam kerjasama ekonomi kedua negara. Pertemuan pertama WLTFM telah dilaksanakan di Bali pada tanggal 18-19 Mei 2011.

Dengan terbinanya hubungan ekonomi yang erat selama bertahun-tahun di antara kedua negara, masyarakat Korea Selatan telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Data menunjukkan bahwa nilai realisasi investasi Korea Selatan di Indonesia terus meningkat pada tahun 2013. Pada tahun tersebut, nilai investasi dari Korsel mencapai USD 2,2 miliar. Nilai tersebut telah melebihi nilai investasi Korsel pada tahun 2012 dan menempatkan Korsel sebagai investor terbesar ke-4 setelah Jepang, Singapura dan Amerika Serikat.

Investasi Korsel di Indonesia terutama pada sektor industri elektronik, telekomunikasi, konstruksi, otomotif, pertambangan, migas, air bersih, perbankan dan perhotelan. Baru-baru ini, terdapat investasi yang bernilai miliaran US dolar dari perusahaan-perusahaan besar Korsel seperti POSCO, Hankook Tire, Lotte Group dan Cheil Jedang Group di Indonesia. Hal tersebut membuktikan adanya kepercayaan yang tinggi dari para investor Korsel kepada Indonesia. Keputusan investasi tersebut diikuti bukan hanya oleh perusahaan afiliasi dan perusahaan vendor dari perusahaan besar Korsel, tetapi juga oleh perusahaan Korsel lainnya.

Setelah mencapai puncaknya pada tahun 2011, volume perdagangan antara kedua negara mengalami penurunan akibat melemahnya perekonomian global yang dirasakan dampaknya oleh banyak negara di dunia. Total volume perdagangan antara Indonesia – Korea tahun 2013 sebesar US\$ 23 milyar, turun dari tahun 2012 dimana nilai

perdagangan mencapai US\$ 27,02 milyar. Walaupun tampak ada gejala penurunan pada angka perdagangan bilateral, kedua pemerintahan tetap melakukan upaya untuk meningkatkan volume perdagangan bilateral dan telah menargetkan bahwa nilai perdagangan kedua negara akan mencapai US\$50 milyar pada tahun 2015 dan US\$100 milyar pada tahun 2020.

Pencapaian target ini didukung oleh rencana kedua negara untuk membentuk Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA) untuk melengkapi perjanjian ASEAN-ROK Free Trade Area (FTA) yang telah ada sebelumnya. Sebuah kelompok studi untuk menilai kelayakan CEPA telah dibentuk pada saat kunjungan Menteri Koordinator bidang Perekonomian RI ke Seoul pada bulan Februari 2011. Setelah beberapa kali pertemuan kelompok studi, laporan akhir kelompok studi tersebut disahkan pada pertemuan pertama WLTFM di Seoul bulan Oktober 2011. Rangkaian seminar telah dilaksanakan di masing-masing negara pada akhir tahun 2011 sampai dengan awal tahun 2012 untuk mensosialisasikan hasil studi kelayakan kelompok studi kepada masing-masing pemangku kepentingan nasional.

3. SOSIAL BUDAYA

Di sektor sosial budaya terdapat sejumlah program saling kunjung antara kelompok seni budaya kedua negara. Korsel sangat aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan promosi budaya internasional di berbagai kota di Korea dan kesempatan ini telah dimanfaatkan oleh sejumlah kelompok seni tari dan budayawan Indonesia untuk berpromosi di negeri ginseng ini. Beberapa ajang promosi budaya yang cukup besar di Korsel adalah Korea Travel Fair, Hi Seoul, Busan Travel Fair, Busan Film Festival dan lainnya.

Indonesia telah meratifikasi perjanjian kerjasama kedua negara di bidang budaya yang ditandatangani tahun 2000. MOU di bidang pariwisata juga telah disepakati oleh kedua negara tahun 2006. Sebagai tindak lanjut dari kesepakatan tersebut, bulan Mei 2008 telah diadakan Pertemuan Komite Budaya Indonesia Korsel di Yogyakarta.

Di bidang pendidikan, Indonesia dan Korsel telah menandatangani MOU di bidang pendidikan dalam kunjungan Presiden Lee Myung Bak ke Jakarta tahun 2009. Bentuk kerjasama dalam MOU tersebut adalah proyek penelitian bersama, pertukaran pengajar, pelajar, peneliti dan ahli lainnya, pertukaran informasi, pertemuan berkala, konferensi, seminar, pameran, pertukaran bahan-bahan yang diperlukan, pendirian pusat riset bersama, pendidikan, pelatihan dan bentuk kerjasama pendidikan lainnya.

Terakhir Indonesia dan Korsel juga telah menandatangani MOU kerjasama di bidang industri kreatif pada kunjungan presiden Park Geun Hye ke Jakarta tahun 2013. MOU tersebut adalah untuk meningkatkan kerjasama di bidang industri kreatif. Setelah MOU tersebut di tandatangi diharapkan kerjasama antara pemerintah Indonesia dan Korea Selatan dapat lebih meningkat lagi terutama di bidang seni, kerajinan, musik, film, dan video games.

Jumlah mahasiswa dan pelajar Indonesia yang menuntut ilmu di Korsel terus meningkat setiap tahun. Tahun 2004 jumlah mahasiswa Indonesia di Korsel hanya sekitar 70 orang meningkat menjadi 1200 siswa sampai bulan November 2014.

Jumlah mahasiswa Korsel yang belajar di Indonesia juga terus bertambah setiap tahun, tersebar di berbagai perguruan tinggi diseluruh Indonesia. Mahasiswa Korsel yang belajar di Indonesia melalui program Darmasiswa yang disediakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan juga terus meningkat. Selain itu terdapat program pendidikan singkat dari Kementeri Luar Negeri yaitu Beasiswa Budaya Indonesia yang bertujuan lebih mengenalkan seni budaya Indonesia kepada generasi muda Korsel. Minat mahasiswa Korsel untuk mempelajari bahasa Indonesia juga meningkat terlihat dari banyaknya pendaftar untuk mengikuti program pendidikan bahasa Indonesia di BIPA Universitas Indonesia.

Potensi pariwisata Korsel sangat tinggi. Menurut data Korea Tourism Organization jumlah orang Korsel yang berwisata ke luar negeri setiap tahunnya lebih dari 14 juta orang (tahun 2014). Tingginya tingkat kemakmuran dengan pendapatan percapita lebih dari US\$ 33.100 berdasarkan purchasing power parity yang di keluarkan oleh IMF, menyebabkan kebutuhan untuk berwisata ke luar negeri tidak lagi kebutuhan sekunder tapi merupakan kegiatan yang dipersiapkan setiap tahun. Jumlah wisatawan Korsel ke Indonesia terus mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir, walaupun sedikit berfluktuasi akibat sejumlah peristiwa di dalam negeri Indonesia antara isu terorisme, bencana alam dan wabah penyakit flu burung. Data terakhir tahun 2014 jumlah wisatawan Korsel yang berkunjung ke Indonesia sebanyak 328.122 orang, keenam terbesar setelah wisatawan Singapura, Malaysia, Australia, Tiongkok dan Jepang.

Selama tahun 2014 -2015 dalam rangka mempromosikan Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan, selain kegiatan-kegiatan promosi rutin ada beberapa kegiatan besar yang dilakukan KBRI Seoul antara lain Open House Seoul yang bekerjasama dengan pemda kota Seoul pada bulan Agustus 2014, Indonesia Food Festival yang bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif pada bulan Oktober 2014, Pameran lukisan

dari salah satu pelukis ternama Asia Tenggara asal Indonesia, Christine Ay Tjoe pada April 2015, Mengikuti Bazaar Hi Seoul pada Mei 2015, Pameran Promosi Pariwisata pada event Embassy Day in Seoul 2015 pada Juni 2015, Pameran Batik Indonesia di Museum Kyungwoon bekerja sama dengan salah satu pencinta batik Indonesia asal Korea Selatan Mrs. Jung Okji pada 21 Oktober 2015.

Selain pertunjukan seni budaya dalam rangka mempromosikan Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan, pada tahun 2014, Duta Besar RI juga memberikan kuliah umum mengenai Indonesia di beberapa universitas terkemuka di Korea Selatan, yaitu antara lain di Kyung Hee University, Sookmyung Woman's University, Kyungsook University, Seoul National University (SNU) dan Korea Institute of Science and Technology (KIST).

4. KETENAGA-KERJAAN

Korea Selatan sebagai negara industri memerlukan berbagai sumber daya, tidak hanya sumber daya alam yang sebagian diimpor karena sangat sedikitnya sumber daya alam Korea Selatan, negara ini juga mendatangkan tenaga kerja asing untuk menjalankan mesin-mesin industrinya. Disamping kurangnya angkatan kerja yang tersedia, masyarakat Korea Selatan yang sudah mempunyai tingkat kemakmuran yang tinggi umumnya kurang berminat untuk bekerja di sektor industri terutama bagian pekerjaan yang berkategori dangerous, dirty dan difficult (3D). Untuk memenuhi kebutuhan sektor industri yang sebagian besar adalah usaha kecil dan menengah maka dibukalah pintu masuk bagi tenaga kerja asing. Sampai saat ini terdapat 15 negara termasuk Indonesia yang mengirimkan tenaga kerjanya ke negeri Ginseng ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- Budiman, H. (2002). *Lubang Hitam kebudayaan* . Kanisius.
- Earl Ben-Ari dan Nissin Otmagin. (2011). *Cultural Industries and The State in East And Southeast Asia* . New York: Routledge.
- Eun, S. L. (2000). *A Study Of The Popular 'Korean Wave' in China*. Fall/Winter 2000.
- Hadiwinata, B. S. (2010). *Studi dan Teori Hubungan Internasional: Arus Utama, Alternatif, dan Reflektivis*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hwang, H.-K. (2009). *The Korean Wave Causing Change In The Perception of Korean And Japanese/Korean In The Japanese Society*. Journal of The Japanese Culture.
- Jackson, R. (2005). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Pustaka Pelajar.
- Jang, W. G. (2012). *Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy* . Scientific Research Publishing.
- Jatmika, S. (2016). *SKRIPSI: Metodologi & Romantikanya*. Samudra Biru.
- Jim Dator dan Yeong Seok . (2004). *Korea as The Wave of A Future: The Emerging Dream Society Of Icon And Aesthetic Experience* . Journal Of Future Studies.
- Kim, Y. (2006). *Rising East Wave: Korean Media Go Global*. London : Routledge.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. Foreign Policy Centre.

- Manirescu, V. (2013). *RO-Hallyu : The Influence of Korean Wave in Romania*. University of Buchares.
- Morgenthau, H. J. (1951). *In Defense of The National Interest: A Critical Examination of American Foreign Policy*. New York: University Press of America.
- Nye, J. (1990). *The Changing Nature Of World Power*. Political Science Quarterly.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Rumintang, L. (2009). *Bekerja Sebagai Diplomat*. Jakarta: Esensi.
- Seong, Jeon Je, Yuwanto. (2014). *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea*. Penerbit Buku Kompas.
- Seung-Yoon, Y. (2005). *40 Tahun (1966-2005) Hubungan Indonesia-Korea Selatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Seung-Yoon, Y. (2005). *40 Tahun (1966-2005) Hubungan Indonesia-Korea Selatan* . Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Siprosit, S. (2012). *Globalisation, Culture, and The Roles of The Media*. Erasmus Mundus.
- Tulus Warsitio dan Wahyuni Kartikasari. (2007). *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang, Studi Kasus indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- WS, H. (2009). *Drama: Karya Dalam Dua Dimensi*. Bandung: Angkasa.
- Xiaowei, H. (2009). *Korean Wave: The Popular Culture, Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in The East Asia*. Asia Social Science.
- Young, K. T. (2016). *Cultural Policy In The korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches*. Canada: Simon Fraser university.
- Yuliawati, L. (2005). *Panduan Bijak Mengenal Budaya Korea* . Jakarta: Pena Nusantara.

Jurnal

- Nye, J.S. 2008. 'Public Diplomacy and Soft Power', *THE ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*; 616 ; 94-109.
- De Gouveia, P.F. (2006). The Future of Public Diplomacy. In: J. Noya (ed). *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*, disampaikan dalam The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy, Juni 2006. López Rocha, Nayelli. 2011. *Hallyu and its Impact on Mexican Society*, Hanyang University, Graduate School of International Studies, Ph. D. Degree Thesis 2011.

Kamus

Oxford English Dictionary, diterbitkan oleh Oxford Univesity Press

Website

www.visitkorea.or.kr,

www.garuda-indonesia.com

<http://global.ir.fisip.ui.ac.id/index.php/global/article/viewFile/8/210>

www.asiangrup.com