

BAB V

KESIMPULAN

Kemajuan ekonomi Korea Selatan hingga mencapai masa seperti sekarang ini bukan merupakan sebuah proses yang mulus dan dalam waktu singkat. Semuanya memerlukan waktu dan perjuangan dan dukungan dari berbagai elemen negaranya. Kesuksesan ekonomi Korea Selatan tidak dapat lepas dari keputusan Presiden Park Chung Hee yang berani melakukan revolusi ekonomi dengan cara mengubah fokus perekonomian untuk fokus terhadap ekspor produk hasil industri dalam negeri. Kemudian tahun 1997 ekonomi dunia terguncang oleh sebuah krisis besar, tidak terkecuali Korea Selatan juga ikut terkena dampaknya. Presiden terpilih Kim Dae Jung memutuskan sebuah kebijakan baru pasca krisis ekonomi, bahwa pilar strategis industri Korea Selatan beralih menjadi industri kebudayaan. Produk hasil industri kebudayaan Korea Selatan adalah game online, film, drama, musik, animasi.

Industri kebudayaan dianggap mampu memperbaiki ekonomi Korea Selatan, bahkan mendorong munculnya industri-industri baru seperti fashion, kosmetik, dan makanan. Kepopuleran film, drama, dan musik Korea Selatan mampu mendorong hasil keuntungan dari industri kosmetiknya. Meningkatnya industri kosmetik dalam negeri mendorong Korea Selatan untuk memperluas jangkauan pasar ke negara lain untuk mendapatkan keuntungan lebih.

Dengan segala keunggulan dan inovasi yang ada, produk kosmetik Korea Selatan mampu diterima oleh masyarakat luas dan menjadi trend market baru di

pasar kosmetik dunia, terlebih lagi sangat cepat menguasai pasar Asia Timur dan Asia Tenggara tak terkecuali di Indonesia. Banyak negara lain di dunia menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar untuk ekspor produk masing-masing. Bagi Korea Selatan, Indonesia memiliki latar belakang cukup dekat karena pada awal kemerdekaan Indonesia, Korea Selatan termasuk salah satu negara pertama yang mengakui kemerdekaan dan kedaulatan pemerintahan negara Indonesia.

Sebelumnya pasar kosmetik Indonesia dikuasi oleh produk dari kawasan Amerika, Eropa, dan Jepang yang memiliki kualitas yang baik pula, namun rata-rata harga yang ditawarkan sangat tinggi jadi tidak bisa dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Selain dibanjiri produk Amerika, Eropa, dan Jepang, industri kosmetik dalam negeri Indonesia sendiri juga tengah mengalami perkembangan cukup baik dengan hadirnya banyak pilihan merk kosmetik, harga terjangkau dan mudah ditemukan di berbagai toko.

Korean Wave digunakan Korea Selatan sebagai strategi untuk ekspor produknya ke negara lain, termasuk ke Indonesia. Korean Wave sebagai bentuk dari diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh negara Korea Selatan untuk mempengaruhi masyarakat negara lain dalam hal ini Indonesia, agar tertarik dan menerima kebudayaan-kebudayaan yang dimiliki Korea Selatan. Melalui Korean Wave mampu mempromosikan produk-produk ekspor Korea Selatan di mata dunia. K-Drama dan K-Pop sukses besar di dunia internasional, pengemasan drama dan musik yang sangat menarik mampu mempengaruhi pemikiran masyarakat Indonesia, bahwa segala sesuatu yang berasal dari Korea Selatan itu keren menarik mulai dari kebudayaannya, bangunan, gaya hidup, teknologi, fashion, hingga make up dan perawatan kulit dengan kualitas sangat baik. Fans-

fans dari Korean Wave secara tidak sadar bukan hanya menyukai produk-produk Korea Selatan, tapi mulai mengonsumsi seperti membeli memakai segala produk yang berkaitan dengan Korea Selatan, termasuk kosmetik.

Perusahaan-perusahaan Korea Selatan menyusun strategi dengan memanfaatkan Korean Wave untuk mendukung pemasaran produk-produk mereka dengan menjadikan artis dan selebriti Korea Selatan sebagai brand ambassador. Mereka sadar bahwa masyarakat memiliki kecenderungan untuk meniru idola mereka dengan menggunakan barang-barang yang dipakai pula oleh sang idola. Strategi ini disebut dengan “Band Wagon Effect”. Produsen kosmetik Korea Selatan juga melakukan hal ini yakni mereka menggunakan artis dan selebriti Korean Wave sebagai brand ambassador untuk menarik minat konsumen membeli kosmetik yang dipakai oleh idola mereka. Hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen, ketika mereka menggunakan kosmetik yang dipakai idolanya seakan-akan mereka merasa dekat dengan idolanya dan secara tidak langsung membuat konsumen memiliki rasa loyalitas terhadap produk tersebut.

Dengan perkembangan internet, terlebih lagi sosial media, youtube, website membuat perkembangan dan inovasi yang dilakukan produsen kosmetik Korea Selatan dapat secara cepat tersebar di seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki fans K-Pop terbesar di dunia dapat menerima produk kosmetik Korea Selatan, didukung dengan brand ambassador produknya yang menjadi idola membuat penjualan produk kosmetik Korea Selatan terus meningkat dan menguasai pasar kosmetik Indonesia.

Hasil dari penelitian ini adalah dengan adanya Korean Wave sebagai bentuk dari Diplomasi Kebudayaan yang diterapkan Korea Selatan mampu membuka industri-industri baru seperti industri kosmetik, fashion, bahkan makanan yang menjadi industri ekspor strategis baru bagi Korea Selatan. Agar produk Korea Selatan bisa diterima di berbagai negara dibutuhkan dukungan dari semua elemen negara, seperti pemerintah memberikan fasilitas dan kebijakan yang mendukung dalam perkembangan industri tersebut, kemudian produsen/perusahaan serius dalam melakukan riset dan inovasi secara berkelanjutan, dan masyarakat yang bangga dengan produk buatan dalam negeri.