

BAB I

PENDAHULUAN

Saat ini Korea Selatan menjadi salah satu negara yang cukup diperhitungkan eksistensinya dalam memimpin pasar global. Perekonomian negara Korea Selatan merupakan terbesar kelima belas berdasarkan PDB (Produk Domestik Bruto) di tahun 2009. Pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat menjadikan Korea Selatan sebagai bagian dari *Macan Asia*. Korea Selatan pun semakin dikenal publik lewat *Hallyu* nya. *Hallyu* merupakan sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya populer Korea Selatan secara global di berbagai negara. Pada umumnya *Hallyu* memicu banyak orang di negara yang terkena “demam Korea Selatan” untuk mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea Selatan. Vietnam merupakan salah satu negara dari beberapa negara di Asia Tenggara yang tidak luput dari serangan *Hallyu* tersebut. *Hallyu* dapat dikatakan sebagai *soft power* Korea Selatan dalam menyebarkan budaya negaranya ke Vietnam melalui serial drama, film, dan musik Korea Selatan. Hal ini menjadi sangat menarik untuk di bahas bahwa Korea Selatan yang saat ini berada di puncak perekonomiannya juga menggunakan *low politic* dalam memperkuat eksistensi negaranya. *Hallyu* dianggap dapat memperkuat eksistensi dan meningkatkan citra (*image*) negara Korea Selatan di mancanegara. Salah satu negara yang menjadi objek *Hallyu* dalam pembahasan kali ini adalah Vietnam; negara yang sempat memiliki hubungan buruk dengan Korea Selatan.

1. Latar Belakang Masalah

Hallyu merupakan sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya populer Korea Selatan secara global di berbagai negara dan pada umumnya memicu banyak orang di negara yang terkena “demam Korea Selatan” tersebut untuk mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea Selatan.¹ Istilah *Hallyu* juga dikenal sebagai *Korean Wave* (gelombang Korea) atau “demam Korea Selatan”. *Hallyu* merupakan sebuah fenomena budaya dari Korea Selatan yang menyebarkan budaya Korea Selatan melalui film, serial drama, dan musik populer.

Kegemaran budaya populer Korea Selatan pada dasarnya dimulai di Cina yang kemudian menyebar di kawasan Asia Tenggara di akhir tahun 1990-an. Istilah *Hallyu* diadopsi dari wartawan media Cina setelah album *grupband* Korea Selatan yaitu H.O.T dirilis yang menjadi sangat populer di Cina. Istilah *Hallyu* pertama kali muncul pada majalah terbitan Cina; *Qingnianbao* di tahun 1999 yang kemudian menjadi awal kepopuleran istilah *Hallyu*.² Fenomena *Hallyu* kemudian menjadi semakin populer dipicu oleh bersamaannya Korea Selatan dengan Jepang sebagai tuan rumah ajang sepak bola Piala Dunia di tahun 2002. Masuknya Korea Selatan sebagai kekuatan empat besar dunia pada Piala Dunia tahun 2002 silam semakin mempopulerkan Korea Selatan di mancanegara.

Korea Selatan memiliki potensi sebagai rekan yang baik dalam menjalin hubungan kerjasama. Korea Selatan menjadi mitra strategis ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) sebagai anggota ASEAN 3+ (ASEAN + Jepang, Cina,

¹*Hallyu*. (15 April 2010). Dari Wikipedia: <http://id.wikipedia.org/wiki/Hallyu> (Dipetik 02 Januari 2012)

² Kim, M. (2011). The Role of Government in Cultural Industry : Some Observations From Korea's Experience. *Keio Communication Review No.33* , 166.

dan Korea). Korea Selatan juga aktif dalam forum ekonomi dunia lainnya seperti G-20, APEC (*Asean-Pasific Economic Cooperation*), dan Konferensi Tingkat Tinggi Asia Timur. Korea Selatan cukup diperhitungkan dalam perekonomian global. Korea Selatan berada di peringkat ke-15 dalam daftar 20 negara dengan PDB (Produk Domestik Bruto) terbesar di dunia dan berada di peringkat ke-11 dalam urutan ekspor menurut data *The World Factbook* tahun 2009.³

Vietnam merupakan salah satu negara yang pernah memiliki sejarah hubungan yang buruk dengan Korea Selatan. Hubungan buruk tersebut tercipta terkait keterlibatan Korea Selatan yang bersekutu dengan Amerika Serikat dalam perang Vietnam pada tahun 1966-1975. Sejak perang tersebut, citra (*image*) Korea Selatan di mata rakyat Vietnam menjadi buruk. Normalisasi hubungan Korea Selatan-Vietnam pun berlangsung pada Desember tahun 1992 dan berlanjut kepada hubungan kerjasama yang terus ditingkatkan oleh kedua negara.

Penandatanganan ASEAN-Korea Free Trade Area (AKFTA) dilakukan pada 16 Mei 2006. Diantara anggota ASEAN yang lainnya, Vietnam terlihat lebih cepat melakukan intensitas pendekatannya terhadap Korea Selatan. Hubungan kedua negara berjalan sangat baik dan erat. Hal tersebut dapat dilihat dari penyelenggaraan 12 kali pertemuan tingkat tinggi dan 85 kali pertemuan menteri.

Bantuan Korea Selatan kepada Vietnam juga semakin meningkat. Pada tahun 2008 hingga tahun 2011, Korea Selatan menyediakan bantuan senilai US \$ 1 miliar. Selain itu, di tahun 2006 hingga tahun 2010 Korea Selatan juga

³ *Daftar Negara menurut jumlah ekspor*. (09 Februari 2012). Dari Wikipedia: http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_ekspor (Dipetik 10 Maret 2012)

memberi bantuan kepada Vietnam berupa latihan keterampilan bagi pencari tenaga kerja bidang kesehatan, energi, transportasi dan lingkungan hidup.⁴

Penurunan tarif impor barang-barang dari Korea Selatan diberlakukan sejak 1 Juni 2007. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan permintaan masyarakat luar terhadap barang-barang Korea Selatan. Vietnam menjadi salah satu negara tujuan ekspor Korea Selatan karena pasar Vietnam dianggap mudah menerima produk luar negeri Korea Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa merek produk yang berasal dari Korea Selatan seperti *Samsung, LG, DeBon, Biore, Double Kaya, E100, Lotteria, BBQ Chicken, Tous Les Jours, Lock & Lock* dengan cepat menguasai pasar Vietnam.⁵

Di Asia Tenggara, Vietnam merupakan negara pertama yang terserang *Hallyu* di akhir tahun 1990-an. Kemudian diikuti oleh negara Malaysia, Thailand dan Indonesia.⁶ Di tahun 2007, *Hallyu* mulai masuk ke Ho Chi Minh City; salah satu kota besar di Vietnam, lewat tayangan serial drama Korea Selatan *Feeling* dan *Golden Grass* yang disiarkan di televisi lokal Vietnam.⁷

Di Vietnam, *Hallyu* pertama kali masuk di Vietnam melalui serial drama Korea Selatan yang disiarkan di televisi lokal Vietnam. Setelah itu perkembangan *Hallyu* terasa sangat signifikan di Vietnam. Berawal dari drama Korea Selatan, kegemaran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan Korea Selatan di Vietnam

⁴Afadlal. (2011). Kerja Sama Pembangunan Vietnam dengan Korea. Dalam R. T.Akbar, *Ekonomi Politik Kemitraan Asean : Sebuah Potret Kerja Sama* (hal. 81). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

⁵Hong, T. (11 November 2010). *The Korean Wave in Vietnam*. Dari VenVn: <http://ven.vn/tabid/77/NewsID/16813/language/en-US/Default.aspx> (Dipetik 12 Januari 2012)

⁶Chung-Sok Suh, Y.-D. C.-H. *The Korean Wave in South Asia : An Analysis of Cultural Proximity and the globalisation of the Korean Cultural Products*.

⁷Park, J.-w. (2011). Korea and Vietnam : the Bilateral Relations. *Keynote speech at the 4th Annual Koret Conference on Korea and Vietnam : The National experiences and foreign Policies of Middle Powers* (hal. 3). Stanford University.

berlanjut pada ranah yang lebih luas seperti musik, *fashion*, makanan dan produk-produk lainnya yang berasal dari Korea Selatan. Hal tersebut dapat menjadi indikasi dalam menciptakan hubungan kerjasama antara Korea Selatan dan Vietnam.

2. Tujuan Penulisan

Tujuan Penulisan Skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak *Hallyu* terhadap hubungan Korea Selatan-Vietnam pada tahun 2008 hingga tahun 2011.
2. Sebagai perwujudan teori-teori yang penulis terima selama materi perkuliahan, yang kemudian digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan serta untuk membuktikan hipotesa yang telah dibuat.
3. Untuk memenuhi persyaratan meraih gelar kesarjanaan strata satu (S-1) pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka yang menjadi fokus permasalahan bagi penulis adalah : *Bagaimana dampak Hallyu terhadap hubungan Korea Selatan – Vietnam pada tahun 2008 hingga tahun 2011 ?*

4. Kerangka Dasar Pemikiran

Untuk menjelaskan pokok permasalahan di atas, maka penulis memerlukan teori-teori yang dapat digunakan sebagai alat bantu dalam menganalisa. Teori dan konsep dibutuhkan bagi penulis sebagai pegangan agar tulisan ini mempunyai penjelasan yang logis. Dalam hal ini penulis menggunakan Teori *Nation Branding* dan Konsep *Soft Power*.

1. Teori *Nation Branding*

Dalam buku *Dasar-dasar Public Relation* (2004:111), Bill Clinton mengatakan bahwa citra (*image*) adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.⁸ Publik dari masyarakat itu sendiri mencakup konsumen, bank kreditur, investor, karyawan, perusahaan saingan, instansi swasta, bahkan pemerintahan suatu negara.

Dalam konteks kenegaraan, citra (*image*) menjadi sebuah elemen yang penting bagi sebuah negara guna mencerminkan “siapa” dan “bagaimana” negara tersebut di mata negara lain. Sebuah negara haruslah mempunyai citra (*image*) yang positif di mata negara lain guna mendapatkan dukungan dari negara lain. Citra (*image*) sebuah negara juga berperan penting dalam menciptakan hubungan kerjasama dengan negara lain. Semakin baik citra (*image*) sebuah negara maka negara tersebut akan semakin mudah dalam mencapai kepentingan nasionalnya.

Berbicara tentang citra (*image*), Korea Selatan memiliki kenangan buruk dalam hal tersebut. Keterlibatan Korea Selatan dalam perang Vietnam menjadikan

⁸Rumanti, Maria Asumpta. (2004). *Dasar Dasar Public Relation*. Jakarta: Grasindo.

citra (*image*) Korea Selatan di Vietnam menjadi buruk. Korea Selatan harus memperbaiki citra (*image*) nya di Vietnam dan juga di negara-negara lain guna mempermudah pencapaian kepentingan nasionalnya.

Citra (*image*) sebuah negara sangat penting untuk diperhatikan dan dibentuk karena akan berpengaruh dalam setiap pengambilan keputusan dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara. Salah satu cara untuk membentuk citra (*image*) suatu negara dapat dilakukan dengan menciptakan *Nation Branding* yang dapat membantu sebuah negara dalam menciptakan citra (*image*) positif di mata negara lain.

Menurut Raymond Miller, dalam bukunya yang berjudul *Globalization and Identity*, *Nation branding* dapat didefinisikan sebagai “ a field of theory and practice which aims to measure, build and manage the reputation of countries”.⁹ Dengan kata lain *Nation branding* berfungsi untuk membangun, mengembangkan, dan mempertahankan pencitraan yang baik tentang suatu negara.

Nation branding sendiri dicetuskan pertama kali oleh Simon Anholt yang kemudian bekerja sama dengan Gfk Roper dan membuat lembaga riset bernama Anholt-Gfk Roper yang melakukan riset terhadap reputasi (*brand*) suatu negara dan kemudian menjadi suatu hasil riset yang dikenal sebagai *Nation Brand Index (NBI)*. Teori ini berdasarkan pada hasil observasi dan penelitian pada beberapa aspek, seperti kualitas dan kuantitas ekspor, pariwisata, kebudayaan, pemerintahan, dan sifat penduduk asli negara tersebut yang kemudian akan mempengaruhi pencitraan suatu negara di mancanegara.

⁹Eryadi. (04 Maret 2009). *Nation Branding: Negara-negara juga bersaing*. Dari Marketing Kami: <http://marketingkami.blogspot.com/2009/04/nation-branding-negara-negara-juga.html> (Dipetik 12 Maret 2012)

Nation branding dalam hal ini digunakan untuk melihat bagaimana Korea Selatan menonjolkan dirinya (*brand image*) di mancanegara sebagai produsen produk budaya dan hiburan melalui *Hallyu* nya. *Hallyu* yang merupakan fenomena budaya yang terbentuk dari proses globalisasi ini dapat dijadikan sebagai media dalam pembentukan citra (*image*) Korea Selatan melalui penyebaran budaya tradisionalnya lewat drama, film, dan musik Korea Selatan.

Hallyu mulai mempunyai dampak yang signifikan terhadap naiknya citra (*image*) Korea Selatan sejak tahun 2008 yang dianggap sebagai dekade kedua merebaknya *Hallyu* di mancanegara. Lewat serial drama dan filmnya, sebagian masyarakat negara Asia mulai tertarik dengan Korea Selatan. Ditambah lagi dengan kemunculan *boyband* dan *girlband* Korea Selatan yang identik dengan *dance* dan ketampanan maupun kecantikan dari para personil *boyband* dan *girlband* Korea Selatan tersebut menjadikan Korea Selatan lebih dikenal lagi di mancanegara. Produk-produk asal Korea Selatan pun semakin dikenal karena menggunakan artis-artis ternama Korea Selatan (*Hallyu star*) sebagai *icon* dari produk tersebut. Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi minat publik terhadap barang-barang dari Korea Selatan.

Vietnam merupakan negara yang mempunyai riwayat yang buruk dengan Korea Selatan. Keterlibatan Korea Selatan sebagai sekutu Amerika Serikat dalam melawan Tentara Pembebasan Vietnam pada perang Vietnam tahun 1968, menjadikan citra (*image*) Korea Selatan buruk di masyarakat Vietnam. *Hallyu* mulai masuk di Vietnam pada akhir tahun 1990-an dan secara perlahan merubah

persepsi Vietnam terhadap Korea Selatan lewat serial drama Korea Selatan yang disiarkan di televisi lokal Vietnam.

Hallyu merupakan kekuatan tersendiri bagi Korea Selatan guna memperluas budaya nasionalnya. Serial drama Korea Selatan *Winter Sonata* menjadi salah satu drama yang dianggap mempunyai peranan yang penting dalam pembangunan citra (*image*) Korea Selatan dengan negara-negara yang pernah berselisih dengan Korea Selatan. Drama tersebut menggambarkan kasih sayang dan kekeluargaan, sehingga menumbuhkan persepsi yang positif dari para penontonnya terhadap Korea Selatan. Selain itu, drama tersebut juga mempengaruhi jumlah turis mancanegara untuk datang ke lokasi syuting drama tersebut yang kemudian berdampak kepada devisa Korea Selatan.

Dapat dilihat bahwa *branding nation* dapat melekatkan citra (*image*) atau pencitraan yang baik bagi suatu negara. Dalam hal ini Korea Selatan menggunakan *Hallyu* sebagai media dalam meningkatkan citra (*image*) negaranya di mancanegara. Ketika berbicara tentang Korea Selatan, publik akan teringat dengan drama serta musik populernya atau yang lebih dikenal dengan Korean Pop (K-Pop) yang belakangan ini semakin digemari oleh masyarakat internasional.

Pada akhirnya, citra (*image*) yang terlahir dari suatu *brand nation* akan berpengaruh pada penilaian dan ingatan produk negara tersebut yang dipersepsikan oleh pasar. Dalam hal ini, *Hallyu* akan melekatkan ingatan publik dengan negara Korea Selatan dengan segala karakteristiknya yang kemudian menciptakan citra (*image*) positif Korea Selatan di mancanegara.

2. Konsep *Soft Power*

*Soft power is "the ability to influence the behaviour of others to get the outcomes one wants" by attracting and seducing others.*¹⁰ *Soft power* merupakan "kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain untuk mendapatkan satu hasil yang diinginkan" dengan cara menarik perhatian atau merayu orang lain untuk mendapatkan keinginan itu. *Soft Power* cenderung dikaitkan dengan aset-aset tak terlihat, seperti kepribadian, budaya, pariwisata, dan lain sebagainya yang kemudian dapat membantu seseorang atau sebuah negara dalam mencapai keinginannya.

Dalam beberapa tahun terakhir, Korea Selatan telah menerapkan *soft power* dan menjadi salah satu negara yang berpengaruh dalam upaya menarik orang lain melalui budaya Korea Selatan. Korea Selatan mampu bersaing dengan aktor-aktor berpengalaman dalam menerapkan *soft power* seperti Amerika Serikat, Jepang dan Cina di kancah internasional khususnya di Asia Timur. Dalam hal ini, Korea Selatan menggunakan *soft power* lewat aset budaya negaranya yang tercipta dari sebuah proses globalisasi, yaitu fenomena budaya global; *Hallyu*.

Hallyu yang merupakan sebuah fenomena budaya yang tercipta akibat globalisasi ini pada faktanya telah merambah ke beberapa negara di dunia. Fenomena *Hallyu* yang mengacu pada meningkatnya popularitas budaya Korea Selatan di mancanegara menjadikan *Hallyu* sebagai *soft power* bagi Korea Selatan untuk lebih menunjukkan eksistensi negaranya di kancah internasional. *Hallyu* dapat memicu seseorang untuk mempelajari budaya Korea Selatan yang pada

¹⁰ Nye, J. S. (2004). *Soft Power : The Means to Succes in World Politics*. New York: Public Affairs. Dipetik dari http://en.wikipedia.org/wiki/Soft_power (Dipetik 12 Maret 2012)

akhirnya dapat membantu Korea Selatan dalam mempromosikan negaranya di mancanegara.

Budaya Korea Selatan lewat *Hallyu* nya menjadi populer di kalangan generasi muda di Asia. Terutama di beberapa negara Asia Timur seperti Jepang, Taiwan, Cina dan populer di beberapa negara lainnya seperti Hongkong, Mongolia, Thailand, dan Vietnam.¹¹ *Hallyu* menjadi media yang sangat penting bagi peningkatan citra (*image*) serta eksistensi negara Korea Selatan di kancah internasional.

Adanya intervensi pemerintah Korea Selatan dalam memanfaatkan *Hallyu* akan semakin mempermudah Korea Selatan dalam mensukseskan penyebaran budaya negaranya. Populernya fenomena *Hallyu* di mancanegara yang akan membantu Korea Selatan dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Contohnya peningkatan pariwisata Korea Selatan, pertukaran budaya, dan lain sebagainya.

5. Hipotesa

Berdasarkan penjelasan di atas dan berlandaskan pada Teori *Nation Branding* dan Konsep *Soft Power*, maka penulis dapat mengambil hipotesa : *Hallyu* berdampak memperbaiki citra (*image*) Korea Selatan di Vietnam dan menjadi media pendukung Korea Selatan dalam meningkatkan hubungan kerja sama dengan Vietnam.

¹¹ Toru Hanaki, Arvind Singhal, Min Wha Han, Do Kyun Kim and Ketan Chitnis, "*Hanryu Sweeps East Asia : How Winter Sonata is Gripping Japan*", *International Communication Gazette* no. 69 [2007] : 281

6. Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian yang bersifat Library Research atau bersifat studi kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan, mempelajari dan menganalisa data yang diambil dari dokumen-dokumen resmi yang diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan, buku, artikel, surat kabar, majalah, jurnal, internet serta berbagai sumber media lain. Sedangkan metode penulisan yang akan penulis gunakan adalah deskriptif dan argumentatif, dalam artian agar dapat memberikan gambaran serta menjawab pokok permasalahan tersebut.

7. Jangkauan Penelitian

Pembatasan penelitian dimaksudkan agar obyek penelitian menjadi jelas dan lebih spesifik, juga agar tidak terjadi penyimpangan dalam pembahasan dan pengkajian pokok permasalahan yang ada. Untuk mempermudah penelitian dan menghindari kesulitan dalam mencari data maka penulis menggunakan batasan, bahwa jangkauan dampak *Hallyu* terhadap hubungan Korea Selatan-Vietnam dimulai dari tahun 2008 hingga tahun 2011. Dengan pertimbangan bahwa pada tahun tersebut *Hallyu* benar-benar menjadi sangat populer di kancah internasional. Dalam hal ini penulis mengambil negara Vietnam sebagai objek negara yang terkena dampak *Hallyu*. Selain itu apabila ada pembahasan masalah-masalah yang ada di luar jangkauan waktu yang ditetapkan, selama masih ada korelasi dan relevansinya akan penulis cantumkan dengan maksud sebagai tinjauan historis serta untuk menjelaskan uraian yang dimaksud.

8. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah membahas persoalan dalam penulisan skripsi ini maka telah disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

- BAB I Merupakan pendahuluan yang meliputi penjelasan mengenai latar belakang masalah, tujuan penulisan, rumusan masalah, kerangka dasar pemikiran, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II Menjelaskan tentang *Hallyu* dan Politik Kebudayaan Korea Selatan, yang meliputi penjelasan tentang *Hallyu*, persebaran *Hallyu*, dan politik kebudayaan pemerintah Korea Selatan.
- BAB III Merupakan pembahasan tentang Dinamika Hubungan Korea Selatan-Vietnam, meliputi : Keterlibatan Korea Selatan pada perang Vietnam, Hubungan Bilateral Korea Selatan-Vietnam pasca normalisasi hingga tahun 2007, dan Hubungan Korea Selatan-Vietnam dalam kerjasama regional AKFTA (*ASEAN-Korea Free Trade Area*)
- BAB IV Analisis dampak *Hallyu* terhadap hubungan Korea Selatan-Vietnam di tahun 2008 hingga tahun 2011, yang meliputi : Pengaruh artis Korea Selatan (*Hallyu Star*) terhadap gaya hidup publik Vietnam, Indikator peningkatan citra Korea Selatan di Vietnam seiring meningkatnya hubungan kerjasama bilateral kedua

negara (2008-2011), dan Perbaikan citra (*image*) Korea Selatan di Vietnam

BAB V Merupakan rangkuman atau kesimpulan dari bab-bab pembahasan dan merupakan penutup dari skripsi ini.