

**PROGRAM *LEARN! KOREAN WITH BTS* SEBAGAI STRATEGI
PENINGKATAN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN
DI AMERIKA SERIKAT**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada
Departemen Ilmu Hubungan Internasional*

Oleh:

ALYA INAYAH QURRATU A'YUN

E061171509

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

HALAMAN JUDUL

**PROGRAM LEARN! KOREAN WITH BTS SEBAGAI STRATEGI
PENINGKATAN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI
AMERIKA SERIKAT**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada
Departemen Ilmu Hubungan Internasional*

Oleh:

ALYA INAYAH QURRATU A'YUN

E061171509

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : PROGRAM *LEARN! KOREAN WITH BTS* SEBAGAI STRATEGI
PENINGKATAN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI
AMERIKA SERIKAT

N A M A : ALYA INAYAH QURRATU A'YUN

N I M : E061171509

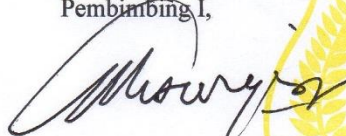
DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

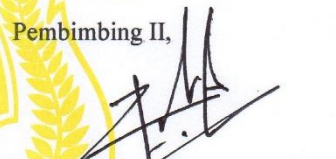
Makassar, 4 Juli 2022



Pembimbing I,

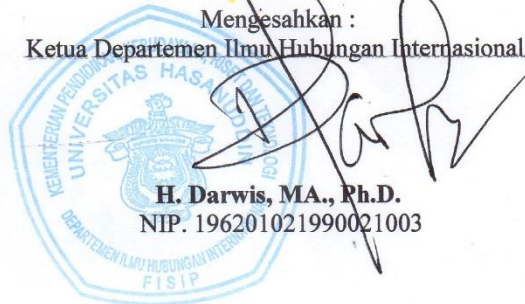

Dr. H. Adi Suryadi B, MA
NIP. 196302171990201001

Pembimbing II,


Aswin Bahauddin, S.IP, MA
NIP. 198607032014041002

Mengesahkan :

Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional,



H. Darwis, MA., Ph.D.
NIP. 196201021990021003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : PROGRAM *LEARN! KOREAN WITH BTS* SEBAGAI STRATEGI
PENINGKATAN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI
AMERIKA SERIKAT

NAMA : ALYA INAYAH QURRATU A'YUN

NIM : E061171509

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Jum'at, 27 Mei 2022.

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. H. Adi Suryadi B, MA

Sekretaris : Abdul Razaq Z Cangara, S.IP, M.Si, MIR

Anggota : 1. Ishaq Rahman, S.IP, M.Si

2. Aswin Baharuddin, S.IP, MA

3. Nurjannah Abdullah, S.IP, MA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alya Inayah Qurratu A'yun

Nomor Induk : E061171509

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul :

**Program *Learn! Korean with BTS* Sebagai
Strategi Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat**

Adalah karya tulis saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 04 Juli 2022



Alya Inayah Qurratu A'yun

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada **Tuhan Yang Maha Esa** atas segala karunia yang diberikan kepada Penulis dalam menyelesaikan studi serta penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Skripsi ini dapat diselesaikan oleh Penulis berkat dukungan dan kasih sayang yang tiada henti dari kedua orang tua Penulis, **Aly Anwar** dan **Imriani Idrus**. Ungkapan terima kasih tak akan cukup Penulis ucapkan untuk menyatakan betapa bersyukur Penulis atas semua yang telah kedua orang tua berikan hingga Penulis sampai di titik ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada setiap pihak yang turut membantu Penulis dalam penyusunan skripsi ini.

1. Kepada Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
2. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta jajarannya.
3. Kepada Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Bapak **H. Darwis, MA., Ph.D.**, serta seluruh dosen Departemen Ilmu Hubungan Internasional yang telah membimbing Penulis semasa studi.
4. Kepada Dosen Pembimbing Penulis, Bapak **Adi Suryadi** dan Kak **Aswin Baharuddin**, yang telah memberikan arahan, dukungan, kritik, dan saran kepada Penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Kepada seluruh staf dan pegawai Departemen Ilmu Hubungan Internasional, khususnya **Ibu Rahma** yang telah banyak membantu dan mendukung Penulis semasa studi.

6. Kepada seluruh teman angkatan **LIBERTÉ 2017** yang menemani Penulis selama masa studi dan khususnya untuk **Kiki, Ulwi, Mayang, Vivi, Iun, Alif** dan **Faroq** yang bersama Penulis selama masa skripsi.
7. Kepada grup **2 Wibu & 1 Army** yang selalu menjaga Penulis untuk tidak melakukan tindakan tidak hidup. Kalian sudah tahu betapa pentingnya kalian di hidup Penulis.
8. Kepada **Sophie** dan **Kak Ara** yang selalu bersedia untuk dispam hal-hal aneh serta membantu Penulis menggombal BTS dalam Bahasa Korea. Tanpa jasa kalian, Penulis bukanlah apa-apa </3. Kepada **Koren** dan **Nini** yang selalu bersedia membantu Penulis *build character* Genshin. Maaf wacana jualannya tidak kunjung terealisasi (sedih).
9. Kepada **Zee** yang sukarela menjadi bahan julid untuk *coping mechanism* Penulis serta terima kasih untuk petuah Genshinnya. Kepada **Nops, Gesa,** dan **Kak Sri** yang selalu membawa konten tertentu (inisial S). Kepada **Vaya** yang telah menjadi subjek uji coba *nugget* rebus Penulis dan menemani Penulis QRT julid. Kepada **Ken** yang menjual spotify dengan harga murah, sehingga sangat membantu Penulis untuk mendengarkan lagu. Kepada **Fina** yang sudah menyumbangkan Rp2000 untuk karir *healing* Penulis. Kepada **Maria** dengan segudang *review* anime dan manganya. Kepada **Ica** untuk perpaduan konten anime dan kucing-kucingnya. Kepada **Caca** untuk konten Genshinnya. Kepada **Gya** yang membantu Penulis julid Dream. Terima kasih sudah menemani penulis selama masa-masa pembuatan skripsi.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji kegiatan diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan di Amerika Serikat melalui program *Learn! KOREAN with BTS*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi Korea Selatan dalam melaksanakan diplomasi budaya melalui program *Learn! KOREAN with BTS*, dan juga mengetahui dampak program *Learn! KOREAN with BTS* pada peningkatan diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan luar negeri dan diplomasi budaya. Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif dan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan program *Learn! KOREAN with BTS* menjadi daya tarik bagi masyarakat Amerika Serikat untuk mempelajari Bahasa Korea dan memberikan dampak positif dengan meningkatkan rasa familiar dan apresiasi terhadap budaya Korea Selatan serta melibatkan dan mempengaruhi perilaku masyarakat Amerika Serikat untuk membeli produk budaya sehingga menghasilkan citra positif terhadap negara Korea Selatan.

Kata Kunci: Korea Selatan, Amerika Serikat, Kebijakan Luar Negeri, Diplomasi Budaya, *Learn! KOREAN with BTS*, Bahasa Korea.

ABSTRACT

This study examines the cultural diplomatic activities of South Korea in the United States through *Learn! KOREAN with BTS*. The purpose of this study is to analyze South Korea's strategy for implementing cultural diplomacy through *Learn! KOREAN with BTS*, and also know the effect of *Learn! KOREAN with BTS* to strengthen South Korean cultural diplomacy in the United States. The framework used in this research is foreign policy and cultural diplomacy. This research was conducted using descriptive and qualitative analysis methods. The data collection technique used is library research. The results showed that the program *Learn! KOREAN with BTS* is an attraction for American people to learn Korean and has a positive impact by increasing a sense of familiarity and appreciation of South Korean culture and involving and influencing the behavior of American people to buy cultural products to produce a positive image of South Korea.

Keywords: South Korea, United States, Foreign Policy, Cultural Diplomacy, *Learn! KOREAN with BTS*, Korean Language and Culture.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Kerangka Konseptual.....	8
1. Kebijakan Luar Negeri.....	8
2. Diplomasi Budaya.....	10
E. Bagan Konseptual.....	13
F. Metode Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16

A.	Kebijakan Luar Negeri.....	16
B.	Diplomasi Budaya	23
C.	Penelitian Terdahulu	32
BAB III	GAMBARAN UMUM DINAMIKA PERKEMBANGAN	
	DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN	37
A.	Sejarah Diplomasi Budaya Korea Selatan	37
B.	Dinamika Budaya Populer Korea Selatan (Hallyu).....	49
C.	Nilai Strategis Amerika Serikat Bagi Korea Selatan	54
D.	Grup Musik BTS Sebagai Aktor Diplomasi Budaya Korea Selatan	57
BAB IV	STRATEGI PENINGKATAN DIPLOMASI BUDAYA SEBAGAI	
	KEBIJAKAN LUAR NEGERI KOREA SELATAN	63
A.	Diplomasi Budaya Sebagai Kebijakan Luar Negeri Korea Selatan	63
B.	Strategi Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Program <i>Learn! KOREAN with BTS</i>	66
1.	<i>Daily Communication</i>	68
2.	<i>Strategic Communication</i>	70
3.	<i>Sustainable Relationship</i>	72
C.	Dampak Program <i>Learn! KOREAN with BTS</i> Terhadap Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat	76
1.	<i>Increasing Familiarity</i>	78
2.	<i>Increasing Appreciation</i>	79
3.	<i>Engaging People</i>	82
4.	<i>Influencing People's Behaviour</i>	83
BAB V	PENUTUP	86
A.	Kesimpulan.....	86
B.	Saran	87
	DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	36
Tabel 3. Perkembangan <i>Hallyu</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grup Musik BTS.....	57
Gambar 2. Serial web <i>Learn! KOREAN with BTS</i>.....	69
Gambar 3. Buku paket <i>Learn! KOREAN with BTS</i>.....	71
Gambar 4. Penandatanganan MOU oleh KF-HYBE Edu-HUFS.....	74
Gambar 5. Cuplikan Video Peserta KF Global e-School: <i>Learn! Korean With BTS</i> di Middlebury College.....	81

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual Penelitian	13
--	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengenalan konsep diplomasi budaya sebagai alat kebijakan luar negeri dapat dikaitkan dengan upaya negara dalam menggunakan budaya untuk mempromosikan kepentingan nasional (Pajtinka, 2014). Daya tarik menggunakan budaya seperti ini adalah untuk meminimalkan masalah kerugian yang dapat dengan mudah muncul jika pendekatannya melibatkan ancaman atau kekerasan. Kemampuan budaya untuk memahami keyakinan, nilai dan perilaku budaya lain juga merupakan prasyarat untuk kerjasama antar budaya yang efektif (Ester & Nispen, 2013). Oleh karena itu, budaya mencerminkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang diperlukan dalam bidang-bidang seperti hubungan internasional, kebijakan luar negeri, dan diplomasi.

Bidang hubungan internasional yang berkembang dan semakin kompleks membuat diplomasi budaya kini dipraktikkan tidak hanya oleh pemerintah negara, tetapi juga oleh aktor non-negara seperti organisasi, kelompok, dan individu mulai berperan aktif dalam pelaksanaan diplomasi budaya (Bound, 2007). Perluasan aktor dalam pelaksanaan diplomasi budaya ini telah memudahkan suatu negara untuk memperkenalkan negaranya ke negara lain sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi kebijakan luar negeri negara tersebut.

Pengembangan diplomasi budaya memiliki tujuan dan aspirasi untuk menciptakan basis kepercayaan dengan negara lain, sehingga negara-negara

tersebut kemudian dapat mencapai kesepakatan ekonomi, politik dan militer (Papaioannou, 2017). Saat ini, semakin banyak negara yang memprioritaskan budaya dalam kebijakan luar negeri dan hubungan diplomatik mereka, salah satunya adalah Korea Selatan.

Pemerintah Korea Selatan mendefinisikan kembali proses modernisasi negara mereka setelah krisis keuangan Asia pada tahun 1997 dengan menjadikan agen budaya sebagai inisiatif ekonomi baru serta menjadi salah satu sumber utama pendapatan asing yang penting bagi kemajuan ekonomi negara. Korea Selatan melaksanakan diplomasi budaya meliputi budaya tinggi dan populer. Budaya tinggi yang terdiri atas sastra, seni, dan pendidikan ditujukan kepada kaum elit, sedangkan budaya populer yang terdiri atas media massa dan hiburan ditujukan untuk khalayak yang lebih luas (Kim, 2013).

Seiring dengan kesuksesan dari kegiatan ekspor produk budaya, Korea Selatan kemudian melihat budaya populer mereka semakin berkembang di seluruh dunia dan memberikan dampak yang positif secara global, sehingga membuat Korea Selatan menganggap serius untuk memanfaatkan budaya populernya sebagai instrumen diplomasi budaya. Penyebaran budaya populer milik Korea Selatan ke luar negeri seterusnya disebut dengan istilah "Gelombang Korea" atau "*Hallyu*".

Istilah "*Hallyu*" mulai disebarakan oleh media berita Tiongkok pada pertengahan tahun 1998 dalam menggambarkan tren kegemaran remaja Tiongkok terhadap produk budaya Korea Selatan (Kim, 2013). Kehadiran *Hallyu* dimulai dengan ekspor budaya populer berupa drama televisi (K-Drama) dan secara

bertahap semakin berkembang ke berbagai macam budaya populer lainnya termasuk musik, animasi, film, teknologi, gaya hidup seperti gaya berpakaian, kosmetik dan makanan. Kepopuleran fenomena tersebut kemudian membuat Korea Selatan dapat memanfaatkan proses globalisasi yang bersifat terus-menerus, sehingga berhasil menarik perhatian dunia internasional.

Penerimaan adopsi *Hallyu* sebagai salah satu unsur diplomasi budaya didasari oleh keinginan untuk mewujudkan kepentingan nasional Korea Selatan sebagai negara maju yang memiliki citra positif. Memiliki kekayaan sumber daya lintas membuat aspek budaya dipandang sebagai sarana untuk mencapai kepentingan tersebut. Menurut laporan dampak ekonomi *Hallyu* pada tahun 2019, ekspor terkait *Hallyu* mencapai US\$12,3 miliar atau naik 22,4 persen dari tahun sebelumnya (KOFICE, 2019).

Perkembangan *Hallyu* terbagi ke dalam 3 periode waktu yaitu *Hallyu 1.0* (1990-2005), *Hallyu 2.0* (2006-2013), dan *Hallyu 3.0* (2013-sekarang). Kim Bok-rae (2015) menjabarkan *Hallyu 1.0* berfokus pada penyebaran film dan drama Korea (K-Drama), *Hallyu 2.0* berfokus pada musik populer Korea (K-Pop), dan *Hallyu 3.0* menggabungkan fokus periode sebelumnya serta kebudayaan Korea Selatan secara keseluruhan (K-Culture). Memasuki tahun 2017, *Hallyu 3.0* mendapatkan perhatian lebih karena pengaruh salah satu grup musik Korea Selatan yang telah membawa dampak besar bagi perekonomian negara, yaitu BTS.

BTS (*Beyond The Scene*) adalah sebuah grup musik asal Korea Selatan dibawah naungan perusahaan manajemen HYBE. Pada tahun 2018, BTS menerima

Order of Cultural Merit yang diberikan oleh Presiden Korea Selatan sebagai penghargaan terhadap keterlibatan mereka dalam upaya mempromosikan bahasa dan budaya populer Korea Selatan di kalangan penggemar mereka (ARMY) di seluruh dunia serta mereka juga telah dinobatkan sebagai Duta Budaya Korea Selatan (Herman, 2018).

Kesuksesan dan popularitas membuat BTS tidak hanya berkarya melalui musiknya saja, tetapi mereka juga mengeluarkan karya media lainnya seperti film dan *variety show* serta menjadikan BTS sebagai wajah dari berbagai *brand* di dunia. Nilai ekonomi yang dihasilkan BTS diperkirakan mencapai 4 triliun won (US \$ 3,54 miliar) setiap tahun (Yonhap News Agency, 2018), menunjukkan bahwa BTS memainkan peran penting dalam ekonomi Korea Selatan yang melampaui sektor budaya. Kesuksesan yang diraih BTS dalam mempromosikan budaya Korea Selatan melalui karya mereka menunjukkan bahwa keberhasilan yang diraih *Hallyu* tidak hanya didukung oleh pemerintah Korea Selatan saja tetapi juga oleh para tokoh budaya populer dan masyarakat sebagai aktor non-negara, baik di dalam maupun di luar Korea Selatan.

Popularitas BTS diketahui memberikan pengaruh yang baik terhadap diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat. Hal ini karena penyebaran awal *Hallyu* di benua Asia selama ini telah didasari oleh kedekatan dalam norma budaya antar negara yang membuat masyarakatnya dapat dengan mudah menerima *Hallyu*, namun fenomena tersebut masih belum cukup untuk menarik perhatian Amerika Serikat ketika Amerika Serikat memiliki budaya populernya sendiri. Maka

dari itu, kesuksesan BTS di Amerika Serikat menandai tingkat baru kesuksesan global untuk budaya kontemporer Korea Selatan.

Seiring dengan meningkatnya popularitas BTS di Amerika Serikat, kebutuhan di kalangan penggemar internasional untuk lebih memahami apa yang dinyanyikan, dikatakan, dan ditulis oleh para idola dalam Bahasa Korea mulai tumbuh secara signifikan. Para penggemar internasional meminta BTS untuk menambah terjemahan Bahasa Inggris ke dalam karya-karya mereka serta meminta mereka untuk lebih sering berbicara dalam Bahasa Inggris. Namun, BTS mencoba mengatasi isu tersebut dengan memulai proyek baru untuk mengajak para penggemar mereka mempelajari Bahasa Korea, yaitu sebuah program pembelajaran bernama *Learn! KOREAN with BTS*.

Program *Learn! KOREAN with BTS* terbagi ke dalam 2 media berupa serial web yang dapat diakses secara gratis melalui aplikasi bernama Weverse dan buku paket yang dapat dibeli. Program serial web berisikan video cuplikan-cuplikan dari *variety show* yang dibintangi oleh grup musik BTS yang ditambahkan terjemahan dialog dari para member sehingga dapat menjadi bahan edukasi Bahasa Korea. Program ini mendapatkan antusiasme yang tinggi, sehingga beberapa bulan setelah serial webnya tayang, pemerintah Korea Selatan kemudian mengadopsi program tersebut ke dalam agenda diplomasi budaya mereka. Dibawah naungan Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan (MOFAT), Korea Foundation (KF) menjalin kerjasama dengan HYBE Edu dan Hankuk University of Foreign Studies (HUFS) dalam mengembangkan program *Learn! KOREAN with BTS*.

Dalam hal budaya, promosi bahasa nasional merupakan aspek kunci untuk menjangkau khalayak asing (Villanueva, 2015). Tulisan fonetik korea (*Hangeul*) merupakan salah satu bentuk identitas nasional dari sepuluh symbol budaya Korea Selatan yang dipilih oleh Kementerian Kebudayaan dan Olahraga Korea Selatan pada tahun 1996-1997 untuk dipromosikan ke luar negeri (Valieva, 2018), sehingga mempromosikan Bahasa Korea sangat penting bagi negara tersebut.

Korea Foundation (KF) yang berada di bawah kendali Kementrian Luar Negeri dan Perdagangan (MOFAT) Korea Selatan adalah organisasi yang berperan dalam mempromosikan budaya Korea Selatan dengan tujuan memperkuat hubungan di komunitas internasional. Dengan memberikan beragam beasiswa dan program, KF secara aktif melakukan pertukaran akademik dan budaya antara Korea Selatan dan negara lain di dunia. Selain itu, KF juga aktif dalam mendukung penerbitan buku-buku terkait Korea Selatan dalam bahasa asing, serta memberikan materi terkait Korea Selatan dan konten multimedia ke berbagai universitas, perpustakaan, dan lembaga penelitian di seluruh dunia.

Melihat peningkatan kepopuleran *Hallyu* dan secara khususnya grup musik BTS, maka pada tahun 2020, KF pun menjalin kerja sama dengan HYBE Edu dan Hankuk University of Foreign Studies (HUFS) dalam merilis sebuah program belajar Bahasa Korea bernama *KF Global e-School: Learn! KOREAN with BTS*. Program *KF Global e-School: Learn! KOREAN with BTS* mengadopsi buku paket dari program yang sebelumnya telah dijalankan oleh BTS dan mendistribusikan buku paket tersebut ke beberapa universitas di beberapa negara dalam kurikulum Bahasa Korea mereka, diantaranya adalah Middlebury College di Amerika Serikat,

École Normale Supérieure dan Edhec Business School di Perancis, Ain Shams University di Mesir, Hanoi National University of Foreign Studies dan Thang Long University di Vietnam, dan University of Sheffield di Inggris (Korea JoongAng Daily, 2021).

Dari latar belakang di atas, kebudayaan dapat digunakan dalam melaksanakan diplomasi dan mempromosikan suatu negara di dunia internasional, seperti yang dilakukan Korea Selatan melalui fenomena *Hallyu*. Keberhasilan grup musik BTS dalam mempromosikan nilai-nilai kebudayaan Korea Selatan dan menembus pasar Amerika Serikat kemudian menarik perhatian untuk menganalisis strategi dan dampak yang dihasilkan dari salah satu program non-musik mereka yang bernama *Learn! KOREAN with BTS* terhadap diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat. Dengan demikian, penelitian ini berjudul: “**Program *Learn! KOREAN with BTS* Sebagai Strategi Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat**”.

Korea Selatan sangat aktif dalam menyebarkan budayanya ke seluruh dunia. Keterlibatan BTS sebagai aktor yang mempromosikan budaya populer dan nilai-nilai Korea Selatan di Amerika Serikat melalui program *Learn! KOREAN with BTS* menunjukkan bentuk diplomasi budaya baru selain dari kebudayaan tradisional lainnya dan dengan digunakannya program *Learn! KOREAN with BTS* sebagai strategi diplomasi budaya oleh Korea Selatan menghadirkan fenomena baru untuk masyarakat Amerika Serikat.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada pelaksanaan program *Learn! KOREAN with BTS* di Amerika Serikat dalam periode waktu 2020–2021 dengan melihat peranan pemerintah Korea Selatan yang bekerja sama dengan tokoh budaya populer dalam melaksanakan diplomasi budaya negaranya.

Dari batasan tersebut, terbentuk 2 rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi peningkatan diplomasi budaya Korea Selatan melalui program *Learn! KOREAN with BTS*?
2. Bagaimana dampak program *Learn! KOREAN with BTS* terhadap peningkatan diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Menganalisis strategi peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui program *Learn! KOREAN with BTS*;
2. Menganalisis dampak program *Learn! Korea With BTS* terhadap peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat.

D. Kerangka Konseptual

1. Kebijakan Luar Negeri

Yani (2007) menjelaskan kebijakan luar negeri sebagai seperangkat nilai, gagasan, orientasi, dan tugas yang bertujuan untuk menjaga, melindungi, dan memajukan kepentingan nasional dalam kehidupan internasional. Suatu kebijakan luar negeri patut dipahami sebagai pendekatan yang digunakan negara dalam interaksinya dengan negara lain untuk mewujudkan kepentingannya.

Rosenau (1976) berpendapat bahwa kebijakan luar negeri adalah kekuatan negara untuk mengembalikan dan mengambil keuntungan dari aset asing melalui kerjasama dan tindakan kolektif. Menurutnya, tujuan politik luar negeri adalah untuk mendukung dan melestarikan vitalitas negara. Rosenau meneliti luas dan kompleksitas kebijakan luar negeri dengan memeriksa kehidupan internal dan kebutuhan eksternal suatu negara seperti aspirasi, identitas nasional, budaya, konflik, kapabilitas, institusi dan kegiatan sehari-hari yang ditujukan untuk pemenuhan dan pemeliharaan identitas sosial, hukum dan posisi geografis negara.

Kebijakan luar negeri sering dilihat sebagai sebuah transisi antara perubahan kebutuhan domestik dan perubahan lingkungan internasional. Kegiatan kebijakan luar negeri meliputi komunikasi antara aktor lokal dan dunia luar dimana pihak negara bekerja dan berjuang untuk kepentingan nasional mereka. Adapun faktor internal dari suatu negara dianggap penting sebagai tahap awal dalam pembuatan kebijakan luar negeri.

Tujuan dari kebijakan luar negeri adalah untuk menyajikan status masa depan suatu negara di mana pemerintah dapat memperluas pengaruhnya atas negara lain dan memodifikasi atau mendukung tindakan negara melalui perencanaan mereka (Yani, 2007). Pada dasarnya, tujuan kebijakan luar negeri dapat bersifat konkret dan abstrak. Di sisi lain, tujuan politik luar negeri dapat bersifat jangka panjang pada setiap periode dan dapat juga bersifat sementara dalam kondisi yang berubah dari waktu ke waktu.

Menurut Rosenau (1976), kebijakan luar negeri terdiri dari tiga konsep yang menggambarkan sikap suatu negara terhadap peristiwa dan keadaan luar negeri, yaitu kebijakan luar negeri dalam arti direktif (*as a cluster of orientation*), kebijakan luar negeri dalam arti strategi dan komitmen untuk bertindak (*as a set of commitments to and plan for action*), dan yang terakhir adalah kebijakan luar negeri berupa bentuk perilaku (*as a form of behaviour*).

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan konsep kebijakan luar negeri menurut Rosenau (1976) untuk menganalisa strategi Korea Selatan dalam memanfaatkan kebudayaan sebagai salah satu sumber daya kebijakan luar negeri. Penelitian ini berfokus pada kebijakan luar negeri Korea Selatan dalam menggunakan diplomasi budaya *Hallyu* sebagai instrumen *soft power* mereka untuk kepentingan ekonomi serta untuk memperkuat dan meningkatkan citra Korea Selatan di mata dunia.

2. Diplomasi Budaya

Menurut Joseph Nye (2004), budaya merupakan salah satu dari tiga sumber *soft power* suatu negara setelah nilai-nilai politik dan kebijakan luar negeri. Budaya merupakan salah satu unsur *soft power* yang berpotensi membawa daya tarik tersendiri bagi negara lain. Ketiga sumber kekuatan ini kemudian berfungsi sebagai kemampuan untuk menarik negara lain agar mereka dapat memilih untuk melakukan sesuatu yang diinginkan negara tersebut tanpa harus meminta (Nye, 2004).

Diplomasi budaya adalah tindakan yang didasarkan pada pertukaran ide, nilai, tradisi, dan aspek budaya dan identitas lainnya untuk memperkuat hubungan sosial dan budaya, kerja sama, dan memajukan kepentingan nasional (Institute for Cultural Diplomacy). Diplomasi budaya penting untuk menjaga perdamaian dan stabilitas dunia karena dapat mempengaruhi ideologi individu, masyarakat, budaya atau bangsa melalui dialog tanpa menggunakan kekerasan. Dengan demikian, diplomasi budaya digunakan untuk meningkatkan *soft power* suatu negara.

Joseph Nye (2004) mengkategorikan tiga dimensi diplomasi budaya yang menurutnya dapat membantu suatu negara mencapai tujuannya melalui kegiatan diplomatik, yaitu komunikasi sehari-hari (*daily communication*), komunikasi strategis (*strategic communication*), dan hubungan berkelanjutan antar negara melalui kegiatan akademik, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar dan saluran media yang beragam (*sustainable relationship*).

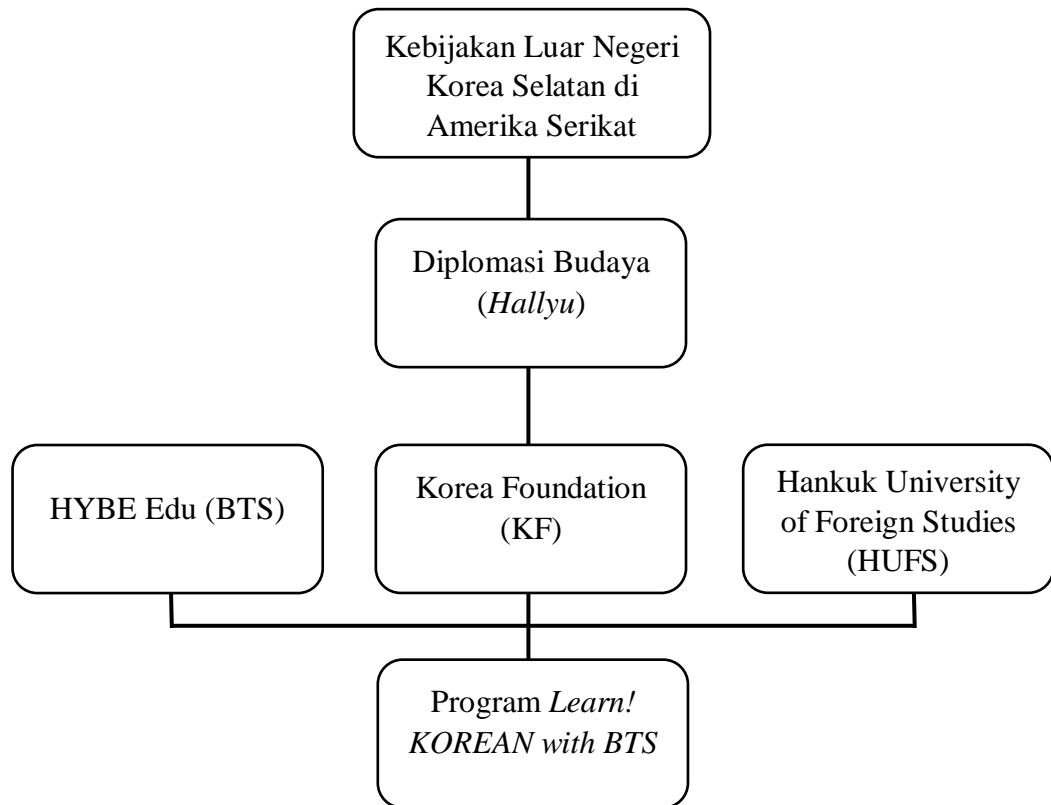
Mark Leonard (2002) berpendapat bahwa suatu negara melaksanakan diplomasi budaya untuk beberapa tujuan, yaitu meningkatkan rasa familiar atau kekeluargaan terhadap negara pelaksana, meningkatkan apresiasi terhadap negara pelaksana, melibatkan masyarakat asing untuk membeli produk budaya negara pelaksana, dan mempengaruhi perilaku masyarakat asing dan menghasilkan citra positif terhadap negara pelaksana.

Terjadinya perkembangan dalam praktik diplomasi budaya menghadirkan bentuk baru diplomasi yang menekankan pada budaya populer, yang dikenal dengan diplomasi budaya populer. Storey (2008) mengartikan budaya populer

sebagai ‘*mass culture*’ atau budaya massal yang diminati oleh banyak orang. Globalisasi serta kemajuan teknologi dan informasi menjadi salah satu penyebab cepatnya penyebaran budaya populer di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya milik Joseph Nye (2004) untuk menganalisa interaksi pemerintah dan tokoh budaya populer seperti grup musik BTS dalam pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan melalui program kebudayaan *Learn! KOREAN with BTS*. Selain itu, penelitian ini juga akan menggunakan konsep diplomasi budaya milik Mark Leonard (2002) untuk menjelaskan dampak dari diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat melalui *Learn! KOREAN with BTS*. Konsep diplomasi budaya dalam penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana pemanfaatan unsur kebudayaan berupa bahasa nasional dalam pelaksanaan diplomasi dapat meningkatkan apresiasi masyarakat internasional mengenai suatu negara.

E. Bagan Konseptual



Bagan 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan bagan konseptual di atas, penelitian ini berfokus pada kebijakan luar negeri Korea Selatan di Amerika Serikat dimana pemerintahnya mengandalkan diplomasi budaya melalui fenomena *Hallyu*. Melalui diplomasi budaya, Korea Foundation (KF) menjalin kerja sama dengan HYBE Edu dan Hankuk University of Foreign Studies (HUFS) dalam membentuk sebuah program bernama *Learn! KOREAN with BTS* yang bertujuan untuk meningkatkan diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat.

F. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif-analitik untuk memaparkan bagaimana Korea Selatan memanfaatkan *Hallyu* sebagai alat diplomasi budaya mereka serta bagaimana program *Learn! KOREAN with BTS* mempengaruhi diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan model yang menggambarkan keadaan data empiris dengan argumentasi yang relevan. Kemudian, berdasarkan hasil konstruksi, analisis dilanjutkan untuk menarik kesimpulan analitis.

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, artinya penulis tidak melakukan pengamatan langsung tetapi mengacu pada sumber data yang telah dibuat sebelumnya atau penelitian kepustakaan (*Library Research*) berupa dokumen kepustakaan, jurnal nasional dan internasional, dan bahan. mendukung dan berkaitan dengan nama penelitian, termasuk media massa seperti internet, surat kabar, majalah, media cetak dan media massa daring.

3. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari studi literatur seperti buku, jurnal, dan situs internet yang berkaitan langsung dengan penelitian tentang efektivitas program *Learn! KOREAN with BTS* terhadap diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data dikumpulkan melalui observasi fakta-fakta yang ada dan intisari dokumen yang kemudian dihubungkan sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat.

5. Metode Penulisan

Penelitian ini menggunakan metode penulisan deduktif, yaitu dengan menggambarkan secara umum masalah yang diteliti, kemudian menarik kesimpulan secara khusus dalam menganalisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kebijakan Luar Negeri

Secara umum kebijakan luar negeri adalah seperangkat nilai, gagasan, orientasi, dan tujuan yang ditujukan untuk memelihara, melindungi, dan memajukan kepentingan nasional dalam kehidupan internasional (Yani, 2007). Kebijakan luar negeri dapat dipahami sebagai strategi yang digunakan oleh suatu negara dalam interaksinya dengan negara lain untuk mencapai kepentingannya sendiri.

Mark R. Amstutz menggambarkan kebijakan luar negeri sebagai inisiatif pemerintah untuk memajukan kepentingan bangsa melintasi batas-batas negara. Definisi ini memiliki tiga batasan utama, yaitu ruang lingkup tindakan dan kebijakan pemerintah, pengejaran kepentingan nasional, dan kebijakan luar negeri di luar batas negara. Oleh karena itu, setiap kebijakan negara yang mempengaruhi aktor asing lainnya secara ideologis merupakan bagian dari kepentingan politik luar negeri (Setiawan & Sulastri, 2017).

Menurut Webber dan Smith (2013), kebijakan luar negeri adalah kebijakan yang mencakup upaya untuk mencapai tujuan, nilai, keputusan dan tindakan negara dan pemerintah nasional dalam kaitannya dengan perdagangan luar negeri. Selain itu, negara juga turut serta dalam perencanaan, pengelolaan dan pengendalian hubungan luar negeri dengan kerjasama masyarakat nasional.

Rosenau (1976) mengusulkan gagasan bahwa kebijakan luar negeri adalah upaya negara untuk menanggapi dan mengambil manfaat dari lingkungan eksternal melalui hubungan posisi dan tindakan kolektif. Menurutnya, tujuan politik luar negeri adalah untuk mendukung dan melestarikan vitalitas negara. Rosenau mengeksplorasi ruang lingkup dan kompleksitas kebijakan luar negeri suatu negara dengan memeriksa fungsi internal dan kebutuhan eksternalnya, seperti ambisi, identitas nasional, budaya, konflik, kualifikasi, institusi, dan kegiatan yang dirancang setiap hari untuk mendukung dan mempertahankan kehidupan sosial, hukum dan geografis negara.

Rosenau (1976) melihat kebijakan luar negeri sebagai tindakan kekuasaan di pihak pemerintah atau pejabatnya untuk melindungi aspek yang diinginkan dari lingkungan internasional. Menurutnya, kebijakan luar negeri harus berhati-hati dan tepat sasaran dengan konsekuensi yang berdampak besar pada bagaimana masyarakat beradaptasi pada suatu periode tertentu, sehingga kebijakan yang dibuat harus memiliki tujuan awal yang jelas.

Rosenau mengkonseptualisasikan kebijakan luar negeri ke dalam tiga konsep terkait, diantaranya adalah:

1. Kebijakan luar negeri dalam arti direktif (*as a cluster of orientations*), yang memuat seperangkat gagasan, pandangan, dan aturan tentang kebijakan luar negeri negara dan berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan politik luar negeri negara. Orientasi ini merupakan hasil dari pengalaman sejarah dan pemikiran masyarakat tentang posisi strategis negara dalam percaturan

politik dunia. Orientasi ini juga bertindak sebagai pemandu ketika dihadapkan dengan kondisi eksternal yang memaksa untuk bertindak. Dengan kata lain, konsep tersebut merupakan tren dan prinsip umum, yang menjadi dasar perilaku dalam politik internasional.

2. Kebijakan luar negeri dalam arti strategi dan komitmen untuk bertindak (*as a set of commitment and plans for action*) yang mengacu pada perencanaan, solusi nyata dan kebijakan yang dapat diamati dan mencakup cara dan sarana yang dianggap tepat untuk menanggapi hambatan lingkungan dan tantangan eksternal. Strategi suatu negara didasarkan pada orientasi kebijakan luar negeri negara tersebut, yang merupakan hasil dari penafsiran para elit terhadap orientasi kebijakan luar negerinya dalam menanggapi berbagai situasi khusus yang mengharuskan adanya strategi untuk menghadapi situasi tersebut. Oleh karena itu, konsep komitmen dan rencana aksi adalah konstruksi konseptual dari serangkaian arah yang diberikan ketika pengamat atau analis mengacu pada pembangunan kebijakan luar negeri.
3. Kebijakan luar negeri berupa bentuk perilaku (*as a form of behavior*) merupakan fase kebijakan luar negeri yang paling empiris. Konsep ketiga ini mengacu pada tindakan khusus yang diambil oleh pengambil keputusan dalam menanggapi peristiwa dan situasi eksternal yang telah mengubah arah dan ekspresi tujuan dan kewajiban tertentu. Posisi ini tercermin dalam tindakan atau pernyataan pemerintah. Sikap kebijakan luar negeri adalah implementasi strategi kebijakan luar negeri suatu negara dalam situasi

tertentu. Dengan kata lain, kebijakan luar negeri muncul sebagai perilaku eksternal negara.

Dalam studi Charles Kegley dan Eugene Wittkoff (2008), kebijakan luar negeri adalah kebijakan pemerintah yang berwenang yang dapat diterima di lingkungan internasional, mengingat adanya kepentingan dan tujuan nasional negara, serta nilai dan sarana mencapai tujuan-tujuan tersebut. Kegley dan Wittkoff juga menerapkan lima faktor kerangka kerja kebijakan luar negeri, yaitu:

1. *External Sources*, mengacu pada lingkungan global negara, termasuk semua variabel yang berhubungan dengan komunitas internasional. Perubahan ini akan merangsang perubahan politik pada lingkungan eksternal negara tersebut. Faktor eksternal merujuk pada kemampuan relatif suatu negara dan lokasinya yang strategis dalam hubungannya dengan negara lain dan struktur sistem internasional setiap saat.
2. *Societal Sources*, yaitu aspek-aspek non-pemerintahan dari suatu masyarakat yang dapat mencakup unsur-unsur seperti kemampuan ekonomi, budaya politik, dan tingkat industrialisasi, ukuran wilayah, sumber daya alam, kohesi sosial, dan nilai-nilai dasar.
3. *Governmental Sources*, yaitu dinamika dan birokrasi serta sifat institusi yang mendominasi yang juga merupakan bagian dari mesin pembuat politik luar negeri. Faktor pemerintah mengacu pada jenis lembaga pemerintah, distribusi pengaruh di antara lembaga-lembaga tersebut, cara yang dipilih dan direkrut oleh personel lembaga, kepentingan yang diwakili oleh

lembaga-lembaga tersebut, dan sejauh mana mereka terbuka terhadap pengaruh masyarakat.

4. *Roles Source*, yaitu setiap negara dalam birokrasi pembuatan keputusan membawa misi, kewajiban, hak, harapan masing-masing dan tekanan terhadap individu pengambil keputusan untuk bertindak seperti yang diharapkan dan dilakukan pendahulunya. Negara membawa serangkaian tanggung jawab dan oleh karena itu ditugaskan untuk melakukan tugas-tugas tertentu, yang pada gilirannya membentuk semacam interaksi di antara mereka.
5. *Individual Sources*, yaitu keahlian, karakter, gaya kepemimpinan, dan kepribadian yang dimiliki individu dalam mempengaruhi cara keputusan dibuat dan kualitas keputusan sebagai output.

Menurut Morin dan Paquin (2018), kebijakan luar negeri memiliki alat, sarana, atau cara untuk menyalurkannya yang terbagi kedalam empat kategori, diantaranya adalah:

1. *Socialization* (Sosialisasi) diartikan sebagai penyebaran pemahaman, nilai, dan gagasan. Kegiatan ini dilakukan dengan berbagai cara, misalnya melalui komunikasi, negosiasi dan diplomasi publik.
2. *Coercion* (Pemaksaan) dimaksudkan untuk mempengaruhi perilaku. Salah satu cara untuk mengendalikan gerakan koersif ini adalah dengan mengancam dan menjatuhkan sanksi kepada aktor lawan.

3. *Intervention* (Campur tangan) berarti mencampuri urusan internal agen lain dan menciptakan perubahan struktural internal. Terdapat dua jenis intervensi dalam kategori ini, yaitu intervensi politik dan intervensi militer.
4. *Event-Based Databases* merupakan integrasi ketiga jenis kebijakan luar negeri sebelumnya yang dikelola secara bersamaan kemudian dipilih yang terbaik untuk kebijakan luar negeri melalui sosialisasi dan paksaan.

Masela (2019) menjelaskan bahwa sebelum melaksanakan kebijakan luar negeri, pembuat kebijakan membuat pilihan dan keputusan kebijakan bagi pemerintah dan lembaga terkait. Dalam konteks ini, pemerintah juga memperhatikan pertimbangan faktor nasional (internal) seperti aspirasi konstituen domestik dan masyarakat sipil, serta faktor internasional (eksternal) seperti jangkauan kepentingan-kepentingan kekuatan internasional. Pelaksanaan kebijakan luar negeri memerlukan pengembangan teknologi atau instrumen yang sesuai untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh kekuatan negara (*national power*).

Kebebasan berekspresi yang lahir dari demokrasi memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam menyampaikan pemikiran politik mereka menyangkut isu domestik maupun isu internasional. Perkembangan globalisasi juga berupaya membuka batas antar negara dengan perkembangan teknologi dan informasi, dimana penggunaan internet telah menjadi alat bersama dalam hubungan dan komunikasi antar manusia, membuat opini publik menjadi sangat penting dan mempengaruhi kebijakan luar negeri (Masela, 2019).

Morgenthau (1978) berpendapat bahwa kebijakan luar negeri memanfaatkan tindakan negara lain dan berusaha untuk memenuhi kepentingan nasional yang melintasi batas-batas teritorial. Pendapat yang sama juga datang dari Kissinger (Hanrieder, 1971) dimana kebijakan luar negeri dimulai ketika kebijakan dalam negeri berakhir. Hopkins dan Mansbach (1973) juga menganggap kebijakan luar negeri sebagai titik dimana pengaruh yang timbul dalam sistem internasional menyeberang ke arena domestik dan dimana politik domestik diubah menjadi perilaku internasional.

Dapat dikatakan bahwa tujuan dari perumusan kebijakan luar negeri adalah untuk mencerminkan kondisi masa depan negara di mana pemerintah, melalui politisi dalam negeri, dapat memperluas pengaruhnya ke negara lain dengan memodifikasi atau menyesuaikan tindakan negara lain. Tujuan kebijakan luar negeri tentu saja dapat bersifat konkret dan abstrak. Sementara itu, tujuan politik luar negeri dapat bersifat jangka panjang atau sementara, tergantung pada keadaan waktu tertentu (Yani, 2007).

K.J Holsti (1983) mengemukakan bahwa kebijakan luar negeri adalah suatu ide dan gagasan ketika suatu formulasi dikembangkan untuk memecahkan suatu masalah atau menciptakan perubahan di dalam negeri. Kebijakan luar negeri merupakan salah satu langkah yang diambil setiap negara untuk mendapatkan keuntungan dengan mempengaruhi negara lain, memperoleh prestise dan memperjuangkan keamanan bersama. Dari perspektif Holsti, perumusan atau pelaksanaan kebijakan luar negeri memiliki tiga tujuan utama, antara lain:

1. Perumusan dan pelaksanaan politik luar negeri didasarkan pada nilai tujuan domestik suatu negara.
2. Adanya unsur waktu dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri dengan tuntutan pekerjaan yang harus diselesaikan sampai tujuan tercapai.
3. Jenis tuntutan tujuan adalah salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh negara anggota dalam jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian.

Negara-negara memiliki dasar dan seperangkat asumsi dan tujuan dalam kemampuan mereka untuk merumuskan dan menerapkan kebijakan keamanan luar negeri di tingkat nasional. Setiap negara memiliki aspek yang berbeda seperti ekonomi, keamanan, stabilitas dan kebutuhan elit politik. Setiap negara berdaulat menentukan arah politiknya sendiri sesuai dengan tujuan dan orientasi yang dipersyaratkan, tetapi masing-masing negara memiliki kewajiban untuk menjaga kepentingan negara lain untuk menghindari gangguan keamanan. atau menghancurkan stabilitas negara (Rachmaniyah, 2014).

B. Diplomasi Budaya

Menurut Joseph Nye (2004), kebudayaan merupakan salah satu dari tiga sumber *soft power* suatu negara setelah nilai politik dan kebijakan luar negeri. Budaya merupakan salah satu unsur *soft power* yang berpotensi membawa daya tarik tersendiri bagi negara lain. Ketiga sumber kekuatan ini kemudian berfungsi sebagai kemampuan untuk menarik negara lain agar mereka dapat memilih untuk melakukan sesuatu yang diinginkan negara tersebut tanpa harus meminta.

Diplomasi budaya menurut Jongsuk Chay (Einbinder, 2013) adalah mekanisme mendasar untuk menghubungkan budaya dan mempromosikan keragaman budaya. Saat ini, terdapat kebutuhan di dunia untuk memahami budaya yang berbeda dan apa artinya bagi masing-masing negara sebagai sarana pencegahan konflik. Interaksi melalui, ide, bahasa, seni dan musik dapat meningkatkan komunikasi antara kelompok budaya yang berlawanan.

Milton Cummings (2003) juga mendefinisikan diplomasi budaya sebagai pertukaran ide, nilai, dan informasi dengan tujuan akhir mempromosikan saling pengertian antar negara. Definisi Cummings mencakup hubungan budaya dan komunikasi lintas budaya, sehingga definisi ini menyatukan konsep diplomasi budaya dan hubungan budaya yang mengartikan diplomasi budaya dalam arti yang lebih luas sebagai contoh pertukaran lintas budaya dan interaksi antar budaya.

Richard T. Arndt (2006) mengatakan bahwa diplomasi budaya adalah cara yang efektif untuk mempengaruhi dan meningkatkan hubungan internasional antar negara. Arndt menunjukkan bahwa diplomasi budaya membantu membangun hubungan kepercayaan dengan negara lain sehingga kesepakatan ekonomi, politik, dan militer dapat tercapai. Diplomasi budaya digunakan untuk mengejar kepentingan suatu negara melalui budayanya untuk memahami, menginformasikan dan mempengaruhi negara lain.

Menurut Ranny Emilia (2013), diplomasi budaya adalah kegiatan diplomasi yang melibatkan agen budaya terpilih yang menangani seni budaya dan produk budaya suatu negara untuk menarik minat negara lain untuk mendukung kebijakan

luar negeri negara tersebut. Diplomasi budaya merupakan aktivitas budaya yang dipadukan ke dalam kebijakan luar negara sesuatu negeri serta seluruhnya diatur serta dilaksanakan oleh Kementrian Luar Negari.

Diplomasi budaya adalah usaha pemerintah berkomunikasi dengan negara lain melalui media dan memberikan informasi tentang diri mereka sendiri menggunakan cara non-politik. Instrumen dasar diplomasi budaya adalah pengajaran bahasa, pertukaran pendidikan, serta pameran dan presentasi. Diplomasi budaya terhubung dengan aspek menarik dari imperialisme budaya dalam melihat bahwa pemerintah banyak negara menghabiskan sebagian besar anggaran negara untuk mempromosikan budaya mereka ke luar negeri (Taylor, 2007).

Joseph Nye (2004) mengategorikan tiga dimensi diplomasi budaya yang menurutnya dapat membantu suatu negara mencapai tujuannya melalui kegiatan diplomatik, yaitu komunikasi sehari-hari, komunikasi strategis, dan hubungan berkelanjutan antar negara melalui kegiatan akademik, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar dan saluran media yang beragam.

Komunikasi harian atau sehari-hari (*daily communication*) mengacu pada komunikasi yang menjadi latar belakang pengambilan keputusan kebijakan baik di dalam maupun luar negeri sehingga merupakan dimensi yang bersifat paling langsung. Dari segi interaksi, dimensi ini menitikberatkan pada pemberian informasi secara sepihak, menyebabkan jurnalisme dalam dan luar negeri menjadi sasaran diplomasi budaya dimensi ini (Nye, 2004).

Komunikasi strategis (*strategic communication*) digunakan untuk meningkatkan kumpulan tema sederhana semacam kampanye politik ataupun iklan untuk merancang kebijakan tertentu selaku peristiwa simbolis untuk topik tertentu dan menetapkan dasar untuk pengembangan kebijakan tertentu. Komunikasi semacam ini dapat bersifat tidak sepihak namun tidak juga interaktif karena menjalankan peran dalam menyebarkan informasi tentang kebijakan nasional dan membangun citra dengan mengambil bentuk komunikasi sehari-hari. Dimensi ini tergolong pola diplomasi budaya yang bertujuan untuk membangun citra bangsa (Nye, 2004).

Dimensi ketiga mencoba mengintegrasikan hubungan jangka panjang antar negara (*sustainable relationship*) dengan melibatkan program pertukaran seperti kebijakan yang menawarkan beasiswa dan memungkinkan orang-orang berbakat untuk mengikuti pelatihan akademik melalui program pertukaran pelajar, dan seminar atau konferensi akademik yang bertujuan memfasilitasi pertukaran di antara para pemimpin politik atau spesialis. Dimensi ini mencakup tidak hanya penyebaran informasi sepihak dengan menggunakan saluran media yang beragam tetapi juga kegiatan mengejar komunikasi interaktif dan memperluas saluran komunikasi antara pelaku dan penerima diplomasi publik melalui media seperti *World Wide Web* dan layanan jejaring sosial (SNS) (Nye, 2004).

Ketiga dimensi diplomasi budaya di atas penting digunakan secara merata sehingga negara-negara dapat memperoleh manfaat dari strategi diplomasi budaya yang berhasil. Kegiatan diplomasi budaya yang sepihak akan mengabaikan situasi publik negara penerima sehingga interpretasinya tidak akan berhasil dan dapat

menyebabkan kemerosotan citra nasional negara pengirim (Cho, 2012). Oleh karena itu, diplomasi budaya tidak hanya mengirim pesan secara sepihak, melainkan memahami situasi negara penerima melalui pertukaran jangka panjang.

Mark Leonard (2002) berpendapat bahwa suatu negara melaksanakan diplomasi budaya untuk beberapa tujuan sebagai berikut:

1. *Increasing Familiarity*, yaitu pembentukan, perbaikan, dan pembaruan citra suatu negara di hadapan masyarakat internasional. Melalui peningkatan rasa kekeluargaan dengan negara lain akan membuat negara penerima mengenal lebih baik tentang negara pelaksana dan menghasilkan citra yang positif terhadap negara pelaksana;
2. *Increasing Appreciation*, yaitu menunjukkan sikap apresiasi terhadap negara pelaksana dan meyakinkan negara lain untuk mempertimbangkan masalah atau fenomena dari sudut pandang negara pelaksana;
3. *Engaging People*, yaitu mempromosikan negara kepada masyarakat internasional sebagai tujuan wisata yang menarik. Setiap negara juga menggunakan diplomasi budaya untuk mempromosikan produk lokal;
4. *Influencing People's Behavior*, yaitu mendorong investasi di perusahaan asing dan mendapatkan dukungan publik untuk pengakuan internasional.

Perkembangan era globalisasi telah menyebabkan diversifikasi diplomasi budaya sedemikian rupa sehingga pelaksanaannya dianggap efektif dan mudah dicapai tanpa biaya yang besar (Emilia, 2013). Diplomasi budaya memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara individu maupun kolektif dalam inisiatif

kebijakan publik dan kegiatan ekspresi publik di berbagai negara. Dalam hubungan internasional, opini publik dapat mempengaruhi sikap pemerintah, sehingga kegiatan dan pengaruh aktor non-negara juga semakin meningkat jumlah dan jenisnya.

Diplomasi budaya yang awalnya merupakan kegiatan negara, kini dapat dilakukan oleh entitas non-negara. Aktor non-negara seperti yang dijelaskan oleh Kathryn Sikkink (Einbinder, 2013) berperan penting untuk tujuan advokasi di tingkat internasional. Beberapa aktor non-negara yang termasuk dalam definisi Sikkink, yaitu organisasi non-pemerintah, gerakan sosial lokal, kelompok penelitian non-pemerintah, yayasan, individu, serikat pekerja, bagian dari organisasi antar pemerintah regional dan internasional dan bagian dari eksekutif dan cabang pemerintahan parlementer serta media.

Kegiatan dan pengaruh para aktor non-negara telah terdiversifikasi ke dalam berbagai jenis kelompok pemahaman mulai dari ekonomi, sumber daya alam, lingkungan, bantuan kemanusiaan, dan pemerintahan global (Einbinder, 2013). Para aktor berinteraksi untuk mempengaruhi dan membuat rekomendasi yang harus diimplementasikan sebagai kebijakan luar negeri. Maka dari itu, model diplomasi budaya dapat muncul antara siapa saja sebagai aktor karena maksud dan tujuan utama diplomasi budaya adalah untuk mempengaruhi opini publik baik secara nasional maupun internasional.

Dengan perluasan diplomasi budaya, muncul bentuk baru diplomasi yang menekankan pada budaya populer, yang dikenal dengan diplomasi budaya populer.

Pérez (2014) membandingkan diplomasi budaya berfokus pada individualitas, sedangkan diplomasi budaya populer berfokus pada kelompok sasaran dan budaya populer negara penyalur. Diplomasi budaya populer dilaksanakan secara intensif baik melalui kegiatan langsung maupun tidak langsung dalam pasar yang telah dibentuk sebelumnya untuk membentuk pola konsumsi.

Storey (2008) mengartikan budaya populer sebagai '*mass culture*' atau budaya massal yang diminati oleh banyak orang. Storey juga menyebutkan beberapa ciri dari budaya populer, yaitu:

1. Tren, yaitu budaya yang dinikmati banyak orang sehingga merupakan cerminan dari budaya populer;
2. Keseragaman adalah kreativitas dalam karya manusia yang ketika menjadi tren akan diikuti oleh banyak seniman, sehingga karya tersebut dapat menjadi dasar bagi karya-karya lain yang memiliki karakteristik serupa;
3. Adaptasi mengukur kemudahan budaya populer dihargai dan diterima oleh masyarakat;
4. Durabilitas memperhatikan seberapa lama sebuah budaya populer tersebut dapat bertahan diantara pesaing budaya populer lainnya;
5. Profitabilitas merupakan keuntungan ekonomi yang menunjukkan bahwa budaya populer dapat membawa manfaat luar biasa bagi industri yang mendukungnya.

Globalisasi serta kemajuan teknologi dan informasi menjadi salah satu penyebab cepatnya penyebaran budaya populer di masyarakat. Nicholas Burns

berpendapat negara-negara di seluruh dunia telah beralih ke budaya populer seperti hiburan, olahraga, tradisi nasional, dan sebagainya sebagai cara untuk meningkatkan citra internasional mereka dan memajukan tujuan kebijakan luar negeri mereka (Kanji, 2016).

Strinati (2010) menjelaskan media telah menjadi platform penting untuk mempromosikan penyebaran budaya populer baru yang lebih cepat dan global. Beberapa budaya telah menjadi populer dari waktu ke waktu dan budaya populer lain yang terus berkembang diantaranya adalah arsitektur, musik, televisi, film, dan periklanan.

Maraknya diplomasi melalui budaya populer merupakan perkembangan menarik dalam hubungan internasional. Berbagai tradisi populer diubah menjadi mekanisme politik dan diplomatik sehingga membentuk mereka sebagai sarana untuk mendapatkan dukungan, mempengaruhi kelompok lain, atau meningkatkan opini negara lain tentang suatu negara. Oleh karena itu, diplomasi budaya populer merupakan sebuah alternatif yang positif dan kolaboratif untuk diplomasi tradisional (Burns, 2016).

Dari penjabaran di atas, maka penelitian ini berfokus pada hubungan antara negara dan tokoh budaya populer sebagai aktor non-negara diplomasi budaya. Penelitian ini mengacu pada pengertian budaya populer menurut Storey (2008) yang mendefinisikan budaya populer sebagai budaya massa yang diikuti banyak orang. Berdasarkan definisi budaya populer tersebut menyatakan bahwa budaya populer adalah budaya yang dikembangkan untuk penggunaan umum atau

konsumsi massal. Konsep budaya populer relevan dengan penelitian ini karena program *Learn! KOREAN with BTS* yang dibuat oleh grup musik BTS merupakan salah satu praktik yang dapat dikategorikan ke dalam budaya populer. Grup musik BTS merupakan aktor dari budaya populer yang tengah digemari oleh banyak orang, sehingga keterlibatan utama grup musik ini adalah untuk menyebarkan budaya Korea Selatan, khususnya budaya populer, ke luar negeri.

Penelitian ini selanjutnya menganalisa program-program kebudayaan *Learn! KOREAN with BTS*, yaitu Serial Web *Learn! KOREAN with BTS*, Buku Paket *Learn! KOREAN with BTS*, dan Kelas Bahasa Korea KF Global e-School: *Learn! KOREAN with BTS*. Program-program tersebut memuat unsur budaya berupa bahasa nasional dalam bentuk kegiatan promosi dan kerja sama. Penelitian ini kemudian menganalisa pelaksanaan ketiga program kebudayaan tersebut menggunakan tiga dimensi diplomasi budaya menurut Joseph Nye (2004), yaitu komunikasi sehari-hari (*daily communication*), komunikasi strategis (*strategic communication*), dan hubungan berkelanjutan (*sustainable relationship*) antar negara melalui kegiatan akademik, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar dan saluran media yang beragam. Dalam penelitian ini juga dijabarkan dampak dari program *Learn! KOREAN with BTS* di Amerika Serikat yang mengacu pada konsep tujuan diplomasi budaya menurut Mark Leonard (2002) yaitu *Increasing Familiarity, Increasing Appreciation, Engaging People*, dan *Influencing People's Behavior*.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memfokuskan pada program *Learn! KOREAN with BTS* yang merupakan bagian dari *Hallyu* dan secara khusus mengeksplorasi potensi program tersebut sebagai alat diplomasi budaya yang baik bagi Korea Selatan. Oleh karena itu, penelitian ini menggabungkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai referensi dan perbandingan. Di bawah ini merupakan beberapa literatur yang relevan tentang topik yang dibahas:

Penelitian pertama yaitu skripsi berjudul *Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea Melalui Film Dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra Dan Ekonomi Republic of Korea Di Indonesia* oleh Noor Rahmah Yulia yang disusun pada tahun 2013. Skripsi ini menganalisis hasil kegiatan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia melalui film dan serial TV. Studi ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan melalui film dan serial televisi berpengaruh cukup positif terhadap sikap masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan. Dari sisi kinerja ekonomi, ditemukan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia melalui film dan serial televisi tidak membawa semua manfaat ekonomi, sedangkan kinerja ekonomi Korea Selatan di Indonesia hanya berasal dari daerah yang masih erat kaitannya dengan industri kreatif sebagai sektor pariwisata. dan perfilman. Kesimpulan dari studi ini adalah Korea Selatan memiliki kebijakan khusus untuk memperkenalkan diplomasi budaya di masing-masing negara, dan Indonesia dianggap sebagai negara yang masih membutuhkan strategi pendekatan budaya lebih banyak dalam rangka meningkatkan level pemahaman masyarakat Indonesia terhadap negara Korea Selatan.

Penelitian kedua yaitu buku berjudul *The Korean Wave: Korean Media Go Global* yang disunting oleh Youna Kim. Buku ini berisikan kumpulan artikel dari berbagai penulis yang menganalisis fenomena Gelombang Korea (*Hallyu*) sebagai kekuatan budaya global dengan implikasi sosial, budaya dan politik serta menganggap budaya populer dalam *Hallyu* sebagai sumber daya penting yang dapat menghasilkan *soft power*, sekaligus mengenali potensi batas dan ketegangan dengan negara lain. Penelitian ini menjabarkan konsekuensi yang muncul di berbagai tingkatan dengan mempertimbangkan struktur makro dan proses mikro yang memengaruhi produksi, sirkulasi, representasi, dan konsumsi media sehingga *Hallyu* dapat dipahami sebagai mekanisme budaya kunci yang menciptakan munculnya politik identitas baru dan kompleks. Penelitian ini turut menjelaskan bagaimana negara-negara lain menghadapi *Hallyu* sebagai pola identifikasi baru di era digitalisasi yang independen diproduksi dan diedarkan melalui budaya online dapat melintasi batas negara. Hasil dari penelitian ini adalah perkembangan *Hallyu* telah menarik perdebatan substansial tentang kebijakan budaya dalam globalisasi neoliberal. Kebijakan yang sedang berlangsung dari *Hallyu* dalam kompleksitas dan paradoksnya di dalam maupun luar negeri serta peran yang muncul dari *Hallyu* sebagai aliran budaya non-Barat dapat meningkatkan potensi Korea Selatan dalam bekerja menuju keragaman budaya di dunia yang semakin saling terhubung.

Penelitian ketiga yaitu *Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City* oleh Eduardo Luciano Tadeo Hernández yang ditulis pada tahun 2018. Hernández dalam tulisannya menganalisis hubungan studi Bahasa Korea terhadap diplomasi publik Korea Selatan di Meksiko.

Dalam penelitian ini, Penulis menemukan diplomasi publik adalah pilar ketiga dari kebijakan luar negeri Korea Selatan bersama dengan urusan politik dan ekonomi. Diplomasi semacam ini melampaui agenda tradisional karena menciptakan ruang baru untuk kreativitas dan inovasi strategis dalam upaya mencapai tujuan politik luar negeri. Hasil pengamatan pada studi kasus Bahasa Korea di Meksiko adalah *soft power* memiliki potensi untuk menghasilkan dan membantu meningkatkan pengetahuan tentang budaya Korea Selatan dan melatih persuasi simbolis karena produk industri budaya Korea Selatan sebagian besar menggunakan Bahasa Korea. Penulis juga menemukan fakta bahwa sejumlah siswa memilih untuk belajar Bahasa Korea karena mereka sedang bekerja di perusahaan Korea, sehingga ide belajar Bahasa Korea datang dari niat berpartisipasi di pasar tenaga kerja.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	FOKUS PENELITIAN
1.	Noor Rahmah Yulia, 2013	Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea Melalui Film Dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra Dan Ekonomi Republic of Korea Di Indonesia	Dampak diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia melalui film dan drama.
2.	Youna Kim, 2013	The Korean Wave: Korean Media Go Global	Fenomena Gelombang Korea (<i>Hallyu</i>) sebagai kekuatan budaya global dengan implikasi sosial budaya dan politik.

3.	Eduardo Luciano Tadeo Hernández, 2018	Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City	Diplomasi publik untuk menganalisis dampak Bahasa Korea di Kota Meksiko.
----	--	--	--

Persamaan antara ketiga penelitian terdahulu dan penelitian Penulis yang sekarang adalah persamaan membahas dampak dari pemanfaatan fenomena *Hallyu* sebagai salah satu instrumen diplomasi budaya Korea Selatan.

Adapun untuk perbedaan pada penelitian yang sekarang berjudul *Program Learn! KOREAN with BTS Sebagai Strategi Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat* dengan penelitian sebelumnya, yakni berupa tujuan untuk menganalisis strategi diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat melalui program *Learn! KOREAN with BTS*. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena penelitian ini berfokus pada peran tokoh budaya populer BTS dalam diplomasi budaya berdasarkan studi kasus *Learn! KOREAN with BTS* di Amerika Serikat. Penulis menganalisis budaya populer yang diciptakan oleh berbagai pihak dan juga menyoroti pentingnya peran aktor non-pemerintah dalam diplomasi budaya yang dapat mengubah persepsi masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitik, dimana Penulis memaparkan bagaimana Korea Selatan memanfaatkan program *Learn! KOREAN with BTS* sebagai alat diplomasi budaya mereka. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No.	Penelitian (Terdahulu)		Penelitian (Sekarang)	
1.	Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea Melalui Film Dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra Dan Ekonomi Republic of Korea Di Indonesia	Dampak diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia melalui film dan drama.	Program Learn! KOREAN with BTS Sebagai Strategi Peningkatan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat	Lokasi penelitian adalah antara Korea Selatan dan Amerika Serikat.
2.	The Korean Wave: Korean Media Go Global	Fenomena Gelombang Korea (<i>Hallyu</i>) sebagai kekuatan budaya global dengan implikasi sosial budaya dan politik.		Yang diteliti adalah dampak dari adopsi program budaya populer sebagai agenda diplomasi budaya Korea Selatan di Amerika Serikat.
3.	Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City	Diplomasi publik untuk menganalisis dampak Bahasa Korea di Kota Meksiko,		Menggunakan teori konsep diplomasi budaya.