

ABSTRACT

Han Tae, Kim. 2024. The Korean Government's Strategy in Promoting New Cultural Revolution “*Korean Wave*” in Millennial Society. Thesis, Master of Management Postgraduate Program, Yarsi University, Jakarta.

In the era of digitalization, the internet has become a channel for cultural dissemination. One of these phenomena can be found in the spread of the “Korean Wave” culture especially in Indonesia. The Korean government not only sees opportunities for international relations in economic terms but also emphasizes on the cultural aspects that are consumed by young people. Seeing this, the relationship between Indonesia and Korea has been diplomatically established for 51 years and the success of the Korean Government in promoting its culture has become one of the important moments. The purpose of this research focuses on knowing how the Korean government's promotional strategy in promoting the “Korean Wave” which is focused on Korean Pop, Korean Drama, Korean Beauty and Korean Food. The data was obtained using a descriptive qualitative method of interviewing six resource persons. Through the results of the study it can be seen that for K-pop, the Korean Government and Entertainment also cooperate with other countries such as holding collaborations with other countries in recruiting members. As a result of Korean Drama, Korea introduces its culture through drama and also remakes dramas in collaboration with other countries. Furthermore, the results of Korean Beauty, by highlighting the uniqueness of Korean products and characteristics such as natural makeup, which shows the eye area or known as 'aegyosal'. Lastly, Korean food always features health characteristics and reflects the unique characteristics formed by the influence of the country's environment, geography, climate, and culture. The implications of this research are expected to provide an overview of marketing strategies and also diplomatic relations between countries. Through this promotional strategy, Indonesia is also expected to become a country that is able to be highly competitive in the international arena through various program strategies, especially in culture.

Keywords: Promotion Strategy, Public Diplomacy, Korean Government, Korean Pop, Korean Drama, Korean Beauty and Korean Food

ABSTRAK

Han Tae, Kim. 2024. Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial. Tesis, Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Yarsi, Jakarta.

Pada era digitalisasi, internet menjadi saluran dalam penyebaran budaya. Salah satu fenomena ini dapat ditemukan pada penyebaran budaya “*Korean Wave*” khususnya di Indonesia. Pemerintah Korea tidak hanya melihat peluang relasi internasional pada segi ekonomi saja tetapi juga menonjolkan pada segi budaya yang menjadi konsumsi anak muda. Melihat hal ini hubungan antara Indonesia dan Korea secara diplomatik telah terjalin selama 51 tahun dan keberhasilan Pemerintah Korea dalam mempromosikan kebudayaannya menjadi salah satu momentum yang penting. Tujuan dari penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pemerintah Korea dalam mempromosikan “*Korean Wave*” yang difokuskan pada *Korean Pop*, *Korean Drama*, *Korean Beauty* dan *Korean Food*. Perolehan data diperoleh dengan metode kualitatif deskriptif wawancara kepada enam narasumber. Melalui hasil penelitian dapat diketahui bahwa untuk *K-pop*, Pemerintah Korea dan *Entertainment* juga bekerjasama dengan negara lain seperti mengadakan bekerjasama dengan negara lainnya dalam perekrutan member. Hasil dari *Korean Drama*, Korea memperkenalkan kebudayaannya melalui drama dan juga melakukan pembuatan drama ulang bekerjasama dengan negara lain. Selanjutnya hasil dari *Korean Beauty*, dengan menonjolkan keunikan dari produk dan ciri khas Korea seperti *make up natural*, yaitu menunjukkan daerah mata atau yang dikenal dengan ‘*aegyosal*’. Terakhir, *Korean Food* selalu menonjolkan khas kesehatan dan mencerminkan karakteristik unik yang terbentuk oleh pengaruh lingkungan, geografi, iklim, dan budaya negeri tersebut. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran dan juga hubungan diplomasi antar negara. Melalui strategi promosi ini, Indonesia juga diharapkan untuk menjadi negara yang mampu berdaya saing tinggi di kancah internasional melalui berbagai strategi program khususnya dalam kebudayaan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Diplomasi Publik, Pemerintah Korea, *Korean Pop*, *Korean Drama*, *Korean Beauty* dan *Korean Food*