

BAB I

PENDAHULUAN

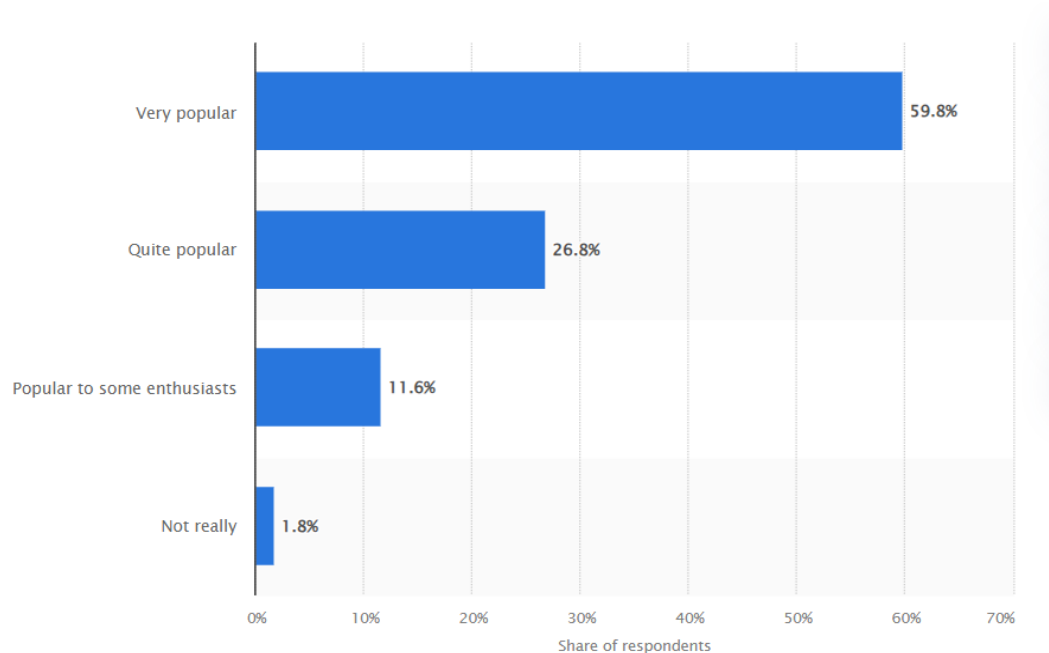
1.1 Latar Belakang

Dinamisnya perkembangan budaya pada era digital sudah bukan menjadi hal yang asing khususnya bagi kalangan remaja. Kemajuan teknologi pada abad ke-21 menciptakan arus globalisasi yang melaju pesat, contohnya perkembangan media massa dan media elektronik. Di era yang segalanya sudah berbasis teknologi, tidak perlu bermigrasi dari suatu tempat ke tempat yang lain untuk menyebarkan suatu kebudayaan. Pada era digitalisasi, internet menjadi mesin budaya yang baru. Internet didedikasikan untuk mengumpulkan dan menawarkan konten untuk mengirimkan bentuk pengetahuan, keyakinan, dan adat istiadat yang menjadi ciri budaya. (López & Álvarez, 2010). Kemudian Joseph (2011) menyatakan bahwa ada konsep yang kontras dengan “*Hard Power*”, yang mana biasanya penyebaran kekuasaan menyangkut tentang kekuatan militer dan kekuatan ekonomi, konsep “*Soft Power*” yang berbasis kebudayaan akan mengambil peran utama di era yang berbasis teknologi ini. Konsep “*Soft Power*” ini membuat negara-negara maju berlomba untuk menyebarkan kekuasaannya.

Menurut salah satu Portal Berita Kompas Indonesia, Presiden *Korea Tourism Organization* (KTO) mengklaim bahwasasarkan observasi awal peneliti, peneliti melihat budaya populer yang saat ini paling banyak diminati anak muda khususnya di Indonesia yaitu “*Korean Wave*” atau Gelombang Korea. Populernya budaya ini juga mendapat julukan “Demam Korea” dikarenakan konsumsi budaya yang terus meningkat setiap a memang benar saat ini di seluruh dunia sedang mengalami hitsnya Korea atau demam Korea, namun jika membedah negara mana yang paling banyak menggemari Korea, Indonesia adalah salah satu negara yang angkanya juga cukup tinggi dibandingkan negara lainnya.

Kim menyebutkan, dari survei yang dilakukan terhadap 26 negara di seluruh dunia, ditemukan bahwa konsumsi konten budaya Korea di Indonesia mencapai 35 persen. Hal Ini 10 persen lebih tinggi dari rata-rata sekitar 25 persen (*Korea Culture and Tourism Festival*, 2023).

tidak dikenal oleh generasi sebelumnya yaitu menggemari produk budaya Korea Selatan yang salah satunya adalah musik *K-Pop*.



Gambar 1.2: Statistik Tingkat Populer Korean Food di Indonesia

Sumber: Statista.com, 2024

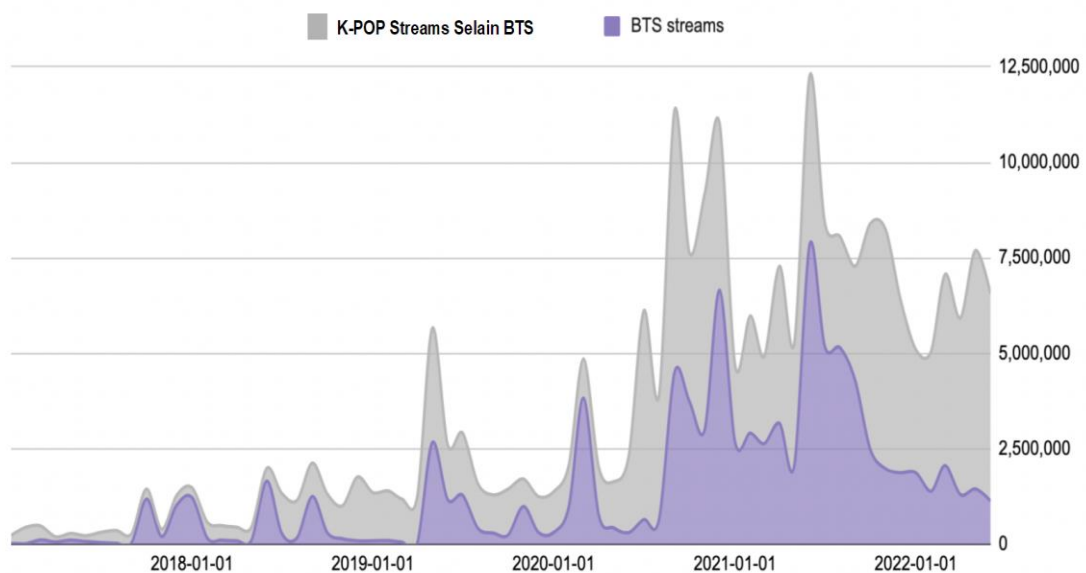
Peneliti melihat beberapa literatur penelitian terdahulu terkait dengan topik penelitian saat ini. Penelitian dilakukan oleh *Thasia Chaerunisa* (2022) Politeknik Universitas Jakarta dengan judul Analisis Pemanfaatan “*Korean Wave*”, Brand Ambassador, dan Strategi *Creative Digital Marketing* Pada Keputusan Pembelian Produk Lemonilo “*X Nct Dream*” Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan responden dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan menyiapkan kuesioner untuk disebar. Penelitian ini bertujuan mengetahui gambaran pemanfaatan “*Korean Wave*” pada strategi pemasaran penjualan produk. Pada penelitian terdahulu ini, ditemukan bahwa Strategi Creative Digital sangat dipengaruhi oleh “*Korean Wave*” dan *Korean Brand Ambassador*.

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Diplomasi Publik Oleh Indonesia dalam Krisis Covid-19” Karya *Jessica Martha* (2020), yang merupakan akademisi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Khatolik Pahraymentan. Membahas mengenai bagaimana setiap negara dipaksa untuk memunculkan ide – ide

dalam menangani krisis ekonomi saat pandemi Covid-19. Dengan segala keterbatasan yang ada saat pandemi diplomasi publik merupakan cara yang efektif dalam menanggulangi krisis akibat Covid-19. Dalam penelitiannya, negara yang menjadi studi kasus adalah negara Taiwan dan Georgia yang mana kedua negara tersebut mampu menghadapi masa Krisis ekonomi saat pandemic melalui diplomasi publik. Peneliti menjelaskan bagaimana Indonesia memanfaatkan Diplomasi publik sebagai alat untuk menggali informasi mengenai virus Covid-19 dan bagaimana cara menanggulanginya kepada para negara yang telah terlebih dahulu terdampak Covid-19. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri (2022) dengan judul “Fenomena *Korean Wave* Pada Perilaku Konsumsi Remaja.” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara lebih dalam tentang faktor pendorong para remaja yang menggemari “*Korean Wave*”, mengetahui perilaku konsumsi para remaja penggemar “*Korean Wave*”, dan untuk mengetahui dampak yang diberikan oleh “*Korean Wave*” pada para remaja penggemar “*Korean Wave*”. Penelitian dengan metode kualitatif ditemukan bahwa para penggemar Korea berlangganan platform musik, mengoleksi merchandise, lalu mendatangi acara pertemuan antar sesama penggemar dan mendatangi konser grup band idola serta mengonsumsi produk-produk Korea lainnya seperti makanan, busana, dan produk kecantikan kulit. Penelitian sebelumnya berbeda dengan yang dilakukan oleh peneliti saat ini dimana penelitian sebelumnya hanya mengobservasi perilaku remaja yang menggemari Korea. Sedangkan penelitian ini memfokuskan pada bagaimana strategi yang dilakukan Pemerintah sehingga Kebudayaan Korea bisa menjadi populer hingga saat ini.

Berangkat dari hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan Analisis Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia. Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler, 2008). Salah satu fenomena strategi pemerintah Korea dalam mempromosikan budayanya adalah dengan membentuk Organisasi Pariwisata Korea atau *Korea Tourism Organization* (KTO) yang merupakan organisasi dari *Republik of Korea*

(Korea Selatan) yang sebelumnya telah di dirikan pada tahun 1962 di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Organisasi ini ditugaskan untuk mempromosikan industri pariwisata yang mempromosikan pariwisata di Korea. (Aristyani & Yuniasih, 2020). Pemerintah Korea Selatan juga menggunakan “*Hallyu*” sebagai bagian dari diplomasi Sejak 2005, hal ini menunjukkan bahwa “*Korean Wave*” telah menjadi bagian dari diplomasi Korea. Sejak itu, “*Korean Wave*” telah membuahkan hasil sebagai salah satu promosi Negara Korea Selatan. Melalui “*Korean Wave*”, juga ada KOFICE (*Korea International Cultural Exchange Foundation*) yang tujuan utamanya untuk menaikkan standar. Pertukaran tenaga ahli membuka jalan bagi kerjasama dan merupakan dasar bagi pertukaran budaya dan kerjasama antar negara. (Beatrix , 2018).



Gambar 1.3: Grafik kumulatif volume streaming bulanan lagu-lagu artis setiap bulan, untuk 24 negara
Sumber: spotify, 2024

Dalam penelitian mengenai Revolusi Kebudayaan Korea ini, peneliti melihat bahwa ruang lingkup “*Korean Wave*” sangat luas sehingga peneliti membatasi ruang lingkup pada *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Beauty* dan *K-Food*. Tujuannya agar peneliti dapat membahas dengan detail fenomena apa yang ada, dan bagaimana strategi Pemerintah Korea dalam mempromosikan kebudayaan ini.

K-Pop adalah singkatan dari *Korean Pop* atau musik Korea yang bergenre pop yang identic dengan *Girlband* dan *Boyband* yang berada dibawah suatu manajemen atau agensi. Industri *K-Pop* yang berkembang pesat membuat para artis korea menjadi populer di seluruh dunia, tak terkecuali di Indonesia. Beberapa *Girlband* dan *Boyband* Korea yang sedang populer menghiasi industri hiburan saat ini antara lain *BLACKPINK*, *EXO*, *TWICE*, *ITZY*, *NCT*, *TXT*, *BTS*, dan *Super Junior*. Menurut salah satu portal berita di Indonesia, CNN News mengklaim bahwa jika ada konser di Indonesia, tiket selalu habis terjual. Tidak lama ini adalah konser *Blackpink* dimana permintaan untuk penjualan tiket kembali (CNN Indonesia, 2023).

Selanjutnya, *K-Drama* adalah drama seri Korea yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. *K-Drama* dapat dikatakan menjadi awal kemunculan dari *korean wave* di Indonesia, tepatnya pada tahun 2002 melalui penayangannya pada stasiun televisi swasta di Indonesia. Kemudian pada tahun 2010, *K-Drama* menjadi sangat populer bahkan hingga saat ini.

Berikutnya, Fenomena *K-Beauty* di Indonesia merupakan salah satu hal yang menarik. Berdasarkan observasi awal peneliti, sebelumnya di Indonesia produk kosmetik yang menjadi favorit adalah produk dari negara-negara Eropa, Amerika, dan Jepang tetapi sejak tahun 2013, permintaan dan penggunaan kosmetik dari Korea Selatan mencapai 5,8% dengan jumlah US\$11 juta, dan ini mengalahkan produk Amerika Serikat yang hanya mencapai 3,9% dengan jumlah US\$7 juta serta produk Inggris dengan pertumbuhan 2,1% dengan jumlah US\$583 ribu di pasar Indonesia.

Tidak kalah menariknya, peneliti juga melihat fenomena *K-Food* yang saat ini sangat populer khususnya di Indonesia. Mulai dari pembukaan gerai khusus makanan Korea, supermarket lokal pun juga menyediakan makanan Korea seperti *Ramyeon*, makanan ringan dan minuman impor. Sepuluh tahun lalu mungkin masih sulit menemukan restoran Korea Selatan, tapi kini ada banyak pilihan tempat makan yang berani memasang label rasa autentik. Bukan hanya restoran berkelas, aneka jajanan Korea Selatan juga bisa dijumpai di kafe ataupun kedai sederhana (Detik.com, 2020). Hal ini membuktikan bahwa perkembangan dari *K-Food* terus berkembang hingga saat ini. Maka dari itu, peneliti juga ingin melihat bagaimana strategi yang dilakukan Korea Selatan dalam mempromosikan produk makanannya dalam ruang lingkup internasional.

Melihat pentingnya sebuah negara dalam mempromosikan kebudayaannya, maka dari hasil latar belakang masalah yang ada, peneliti tertarik untuk mengetahui secara mendalam mengenai Analisis Strategi Pemerintah Korea dalam mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” pada Masyarakat milenial Indonesia dengan metode penelitian kualitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena “*Korean Wave*” khususnya di Indonesia menjadi salah satu tema yang menarik jika dilihat dari keberhasilan Negara Korea dalam mempromosikan kebudayaannya. Revolusi dan Perkembangan dari Kebudayaan Korea berawal dari Musik (*K-Pop*) hingga bertumbuh menjadi *K-Drama*, *K-Beauty*, dan *K-Food*. Maka dari itu, peneliti ingin menganalisis bagaimana strategi pemerintah Korea dalam mengenalkan kebudayaannya dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Indonesia untuk dapat menerapkan promosi kebudayaan khususnya dalam ruang lingkup internasional. Berdasarkan penjabaran pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti merancang perumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Menganalisis Bagaimana Perkembangan dan Cara Mempromosikan *Korean Music (K-Pop)*
2. Menganalisis Bagaimana Perkembangan dan Strategi Mempromosikan *Korean Drama*
3. Menganalisis Bagaimana Perkembangan dan Strategi Mempromosikan *Korean Beauty*
4. Menganalisis Bagaimana Perkembangan dan Strategi Mempromosikan *Korean Food*
5. Menganalisis Bagaimana Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia. Adapun penjabaran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis mengenai Perkembangan dan Cara Mempromosikan *Korean Music (K-Pop)*
2. Menganalisis mengenai Perkembangan dan Strategi Mempromosikan *Korean Drama*
3. Menganalisis mengenai Perkembangan dan Strategi Mempromosikan *Korean Beauty*
4. Menganalisis mengenai dan Strategi Mempromosikan *Korean Food*
5. Menganalisis Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia

Tujuan penelitian ini difokuskan pada *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Beauty*, *K-Food* dan Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambahkan dan melengkapi temuan-temuan dari peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan strategi promosi. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai literatur bagi mahasiswa manajemen pemasaran untuk melakukan penelitian sejenis mengenai strategi promosi khususnya dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan bagi Program Studi Manajemen.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini dapat menjadi evaluasi sekaligus masukan bagi Tourism khususnya di Indonesia dalam mempromosikan kebudayaan dan pariwisata, sehingga dapat menjadi tolak ukur bagi Indonesia dalam menata dan menyusun progres kedepan.

b) Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai manajemen pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan pendidikan S2 Jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Yarsi.

c) Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membuat pembaca mengetahui bagaimana strategi promosi dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Selain itu, pembaca juga diharapkan dapat memahami bahwa strategi dan perencanaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu visi dan misi sehingga penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pembaca.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti membatasi penelitiannya pada studi kualitatif deskriptif untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Revolusi Kebudayaan Baru “*Korean Wave*” Pada Masyarakat Milenial Indonesia. Peneliti dalam hal ini menggunakan metode studi kasus untuk mendalami penelitian ini. Berikut merupakan batasan penelitian yang dibuat peneliti dalam penelitian ini:

1. Fokus penelitian pada Strategi Pemerintah Korea dalam Mempromosikan Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan
2. Penelitian ini dilakukan Pada Februari 2024 – Juni 2024

3. Data penelitian untuk melihat “*Korean Wave*” diambil dari sumber yang ada di Buku, Sosial Media dan Internet mulai Tahun 2010 – 2023.
4. Topik “*Korean Wave*” dibatasi Pada *Korean Pop, Drama, Beauty* dan *Food*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan magang ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang masalah yang berhubungan dengan pemilihan topik penelitian, fenomena yang terjadi, permasalahan yang menyangkut isu utama, tujuan penelitian yang berisi harapan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat dari hasil penelitian baik dalam bidang akademis maupun praktis, batasan masalah yang berfungsi untuk membatasi sejauh mana kegiatan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam penulisan proposal penelitian ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi teori-teori dan konsep yang menunjang dan mempunyai kaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Dari teori yang digunakan dalam penelitian ini, bab ini juga memberikan nisbah antar konsep yang menjelaskan mengenai hubungan antara teori dengan penelitian sehingga dapat membentuk suatu kerangka pemikiran untuk melakukan penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi mengenai definisi konseptual, jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, unit analisis, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pemilihan informan, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis dan pembahasan berisi tentang gambaran umum Korea Selatan, *setting* penelitian, temuan data, analisis data dan interpretasi data dengan menggunakan triangulasi sumber dan teori.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran berisi hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan serta saran dari peneliti berdasarkan temuan penelitian.