

**TINJAUAN *KOREAN WAVE* DALAM
PERKEMBANGAN KEBUDAYAAN MASYARAKAT
JEPANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sarjana sastra Jepang
pada Program Studi Sastra Jepang STBA JIA Bekasi



SRI YULIANA

43131.520144.097

**PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG
SEKOLAH TINGGI BAHASA ASING JIA
BEKASI
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**TINJAUAN *KOREAN WAVE* DALAM PERKEMBANGAN
KEBUDAYAAN MASYARAKAT JEPANG**

Sri Yuliana

04131.520144.097

Disetujui oleh

Pembimbing I

pembimbing II



Yusrina

NIDN.412067304



Rosi Novisa Syarani, M.Pd

NIDN.422109002

Ketua STBA JIA



Drs. H. Sudjianto, M. Hum

NIP.195906051985031004



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Sri Yuliana
Nomor Induk Mahasiswa : 043131.520144.097
Program Studi : Bahasa dan Sastra Jepang
Judul : Tinjauan Korean Wave Dalam Perkembangan
Kebudayaan Masyarakat Jepang

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah asli bukan plagiat atau saduran. Apabila terdapat kecurangan dalam penelitian ini, maka menjadi tanggung jawab saya dikemudian hari.

Bekasi, 1 Agustus 2018



Sri Yuliana

043131.520144.097

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Sri Yuliana
Nomor Induk Mahasiswa : 043131.520144.097
Judul : Tinjauan *Korean Wave* dalam Perkembangan
Kebudayaan Masyarakat Jepang

Disahkan oleh:

Penguji I



Aam Hamidah, M.Pd.
NIDN. 420087003

Penguji II



Ahmad Kurnia, S.Pd, M.M
NIDN. 04262026902

Ketua STBA JIA



Drs. H. Sudjianto, M.Hum.
NIP. 195906051985031004

SURAT KETERANGAN LAYAK UJIAN SIDANG

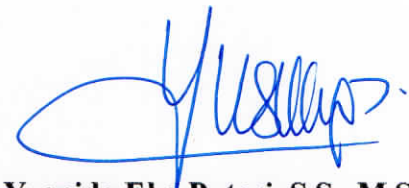
Saya Pembimbing I Skripsi, dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Sri Yuliana
Nomor Induk Mahasiswa : 043131.520144.097
Judul Skripsi : Tinjauan Korean Wave Dalam Perkembangan
Kebudayaan Masyarakat Jepang

Sudah layak mengikuti sidang skripsi yang akan diselenggarakan pada tanggal 10-11 Agustus 2018, karena sudah menyelesaikan masa bimbingan sebanyak 10 kali tatap muka dan mengikuti konsultasi-konsultasi lainnya. Selanjutnya untuk kesempurnaan hasil skripsi yang telah dibuat, maka saya menyerahkan sepenuhnya kepada tim penguji sidang skripsi untuk menguji hasil skripsi mahasiswa tersebut.

Bekasi, 1 Agustus 2018

Pembimbing I



Yasnida Eka Puteri, S.S., M.SI

NIDN.412067304

SURAT KETERANGAN LAYAK UJIAN SIDANG

Saya Pembimbing II Skripsi, dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Sri Yuliana
Nomor Induk Mahasiswa : 043131.520144.097
Judul Skripsi : Tinjauan Korean Wave Dalam Perkembangan
Kebudayaan Masyarakat Jepang

Sudah layak mengikuti sidang skripsi yang akan diselenggarakan pada tanggal 10-11 Agustus 2018, karena sudah menyelesaikan masa bimbingan sebanyak 10 kali tatap muka dan mengikuti konsultasi-konsultasi lainnya. Selanjutnya untuk kesempurnaan hasil skripsi yang telah dibuat, maka saya menyerahkan sepenuhnya kepada tim penguji sidang skripsi untuk menguji hasil skripsi mahasiswa tersebut.

Bekasi, 1 Agustus 2018

Pembimbing II



Rosi Novisa Syarani, M.Pd

NIDN.422109002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Cara terbaik untuk keluar dari persoalan adalah memecahkannya. Kerjakanlah sekarang dan jangan tunggu nanti

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya yang tiada hentinya menyemangati dan mendoakan saya.

**TINJAUAN *KOREAN WAVE* DALAM PERKEMBANGAN
KEBUDAYAAN MASYARAKAT JEPANG**

SRI YULIANA

43131.520144.097

STBA JIA

2018

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Tinjauan *Korean Wave* dalam Perkembangan Kebudayaan Masyarakat Jepang”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang faktor-faktor diterimanya *Korean Wave* di Jepang dan bagaimana peran *korean wave* sebagai bentuk diplomasi publik Korea Selatan dalam perkembangan kebudayaan masyarakat Jepang. Teori dalam penelitian ini menggunakan teori globalisasi menurut Appadurai, dan teori diplomasi publik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dilakukan dengan cara mengklasifikasi data dan menjelaskan data. Hasil dari penelitian ini ditemukan faktor penyebab diterimanya *Korean Wave* di Jepang akibat dari arus globalisasi meliputi dari sikap pemerintah Korea Selatan, perekonomian, dan media. Melalui arus globalisasi juga terlihat bentuk-bentuk diplomasi publik Korea Selatan dalam aspek ekonomi, aspek pariwisata, dan aspek budaya.

Kata Kunci: *Korean Wave*, diplomasi publik, globalisasi.

日本社会文化の開発に *KOREAN WAVE* のレビュー

スリ。ユリアナ

04131.520144.097

日本文化の研究

STBA JIA

2018

要旨

本研究のタイトルは日本社会文化の開発に *KOREAN WAVE* のレビューである。本研究の目的は日本における *KOREAN WAVE* 受入れ要因を研究して、どのように *KOREAN WAVE* 役が日本社会文化の開発で南韓国の公的外交の一形態。その中でアパドゥライのグローバリゼーション理論と公的外交論が使われており。本研究の方法では記述的に、定性で利用した。データ分析は、データを分類して、説明することによってする。本研究の結果におじて、グローバリゼーションの結果として日本に *KOREAN WAVE* おける受入れ要因、南韓国政府の態度、経済、メディアの姿勢などを見つけた。グローバリゼーションの流れを通じて、経済面、観光面、文化面における韓国の公的外交の形態も見られる。

キーワード : *Korean Wave*、公的外交、グローバリゼーション

第1章

はじめに

A. 背景

日本と韓国の関係は、過去の歴史や両国の紛争によって円滑ではない。これにより、両国は地理的に近いが、心理的に遠くなる。そして、日本社会の反感国があり。彼らは人種差別的で無礼であり、デモンストレーションを行い、「嫌韓流」漫画の形で批判する。しかし、文化の発展とともに、*Korean Wave* があり、両国の人々のために独自の色を呈している。

B. 問題の定式化：

背景によると、研究問題は下記のような：

1. 日本における *KOREAN WAVE* 受入れ要因は何ですか。
2. 日本社会文化の開発で南韓国の公的外交の一形態に *KOREAN WAVE* 役がどうですか。

第II章

理論的な基礎

A. 文化の概念

クンチャラニングラットが、文化を「すべての態度の結果や、学び、慣れなければならないすべての意見や人間が作品」として定義した
(ウイドウヨシスヲ 2004 : 30)

B. グローバル化の概念

リッシャが、グローバルを「世界中に実地や、関係や、意識や、社会生活の組織が広まり」として定義した（2011：574）。一方、Appadurai は、五つの様相を強調している（リッシャ、2011：589）。

1. エスノスケープス
2. テクノスケープス
3. ファイナンススケープス
4. メディアスケープス
5. イデオスケープス

C. 外交の概念

1. 公的外交

外交は外交政策から切り離すことはできないが、戦略、外交、戦術を定める政策のような実行政策を構成する(スルヨクスモ, 2014:7-8)。

2. 文化外交

文化的な外交は、国家が文化的次元を通じて国益のために戦う努力である(ワルシトとカルティカサリ、2007：2)

D. ポップカルチャー

ポップカルチャーに関わる 6 つの次元（グレンツの中にガイストとナクバー、2004：13）：

1. 信頼
2. 価値
3. 物事に表現するのに十分な人口の移動
4. 人工で、コミュニティを説明します
5. アートの形
6. 儀式または行事で

E. *Korean Wave*

Korean Wave または韓流は、韓国共和国に由来する文化です。韓流は伝統と現代の要素を組み合わせ、映画、音楽、ドラマ、習慣などを通じて文化商品を販売している。

第3章

筆者が本研究で使用する研究型は質的研究である。イブラヒムによる（2015：52）、質的研究は「データ収集から、分析結果を解釈し報告するまでの言葉の敵に、
又は、慎重に整理された
に元づく研究の仕組み」ということである。

それから、本研究で筆者が使用するデータ分析の手法は、記述的な分析手法である。この手法で、筆者はその研究が行う時に対象の状態に応じ、ある対象（現実、又は現象）をそのまま記述するだけである（イブラヒム、2015：59）。

つまりデータ分析はこの研究問題を答えるために使用させる。この研究問題を答えるために、グローバル化の理論剤使用する、それから、その による筆者は収集したデータ 分析し、データを選択する、結局、この研究問題を答えることができる。

第4章

データ分析

A. 広範囲にわたる *KOREAN WAVE* のメディア

1. 初めの *KOREAN WAVE* が日本入る

日本の韓国の波の存在の始まりはドラマ冬のソナタの登場である。

2. 製品に関する日本の公共紛争韓国の文化

コーンウェーブの拒絶反応の一部は、日本でも登場した。ポップカルチャーの作品の中には、韓流を有名なコミック「ケンカリュウ」や「韓流を憎む」という形で軽蔑したものである。

B. 日本社会による朝鮮波を受けた要因

反韓国運動でさえ、韓国文化商品に対する感情的なコミュニティグループの存在は、韓流の日本への参入に実際には影響しなかった。グローバル化のプロセスはますます洗練された技術によって支えられており、確かに韓流が普及するのを促進する。グローバル化の結果として日本に *KOREAN WAVE* おける受入れ要因、南韓国政府の態度、経済、メディアの姿勢などを見つけた

C. 南朝鮮外交のための *KOREAN WAVE*

	韓国の外交	目的
経済面	日本と韓国の文化商品の輸出入活動を行う。	日韓関係を改善する。
観光面	<ol style="list-style-type: none"> 1. KTO を設立 (<i>Korean Tourism Organization</i>). 2. 日本の有名な韓流スターによる日本への韓国のプロモーション。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 外国人の関心を韓国に引き付ける。 2. 韓国に対する日本の国民の感謝を高め、韓国の肯定的なイメージを構築する。
文化面	<ol style="list-style-type: none"> 1. KOFICE を設立 (<i>Korean Foundation International Cultural Exchange</i>). 2. 「私は歌手」プログラムをエクスポートする。 3. 韓国のドラマや韓国音楽を海外（特に日本）に奨励する。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 国家間の協力の道を開く。 2. 韓国文化の理解を深める。 3. すべての国に韓国の文化を紹介する。

D. 日本国政府の反応

日本と韓国が協力して、日本政府が *KOREAN WAVE* を日本で支援していることを示している。日本に *KOREAN WAVE* が存在するため、地域と政府の協力の状況はますます良くなっています。これは、韓国と韓流社会のオープンな相互作用が韓流を通じた韓国の肯定的な見方の影響を受けている。

E. 日本に *KOREAN WAVE* の発展

KOREAN WAVE は、いくつかの外交活動を通じて日本社会に影響を与えてきた。これは、日本社会の漢族への肯定的な反応と、漢流の発展に続く彼らの意欲から見られる。

漢和祭、*KPop* コンサート、*KDrama* 放送も頻繁に開催され、日本人々、特に若者の人々の主要な魅力になる。この開発は、俳優、女優、歌手などの韓流スプレッダーが日本でのデビューを果たし続けることを支援する。

日本と韓国の相互作用は、日本の韓流を抑止しない日本政府の姿勢を示している。日本政府は、韓国のポップカルチャーのコンテンツや商品を日本に持ち込む様々なネットワークやメディアの機会を開く。日本政府が韓流の侵入を阻止しないのは、日韓韓流の架け橋である韓流の役割を日本が見ているからである。このコミュニティの交流は、日本と韓国の文化の発展のためには良いことである。

第5章

結論

本研究の結果において、グローバリゼーションの結果として日本に *KOREAN WAVE* おける受入れ要因、南韓国政府の態度、経済、メディアの姿勢などを見つけた。グローバリゼーションの流れを通じて、経済面、観光面、文化面における韓国の公的外交の形態も見られる。

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Tinjauan *Korean Wave* dalam Perkembangan Kebudayaan Masyarakat Jepang”.

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan program Studi Strata Satu Bahasa Jepang STBA JIA Bekasi. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Sudjianto, M.Hum, selaku Ketua Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi.
2. Yusnida Eka Puteri, SS.,M.Si, selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi dan selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan, dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Rainhard Oliver Hotman Wungkana, SS, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Sastra dan Bahasa Jepang Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi.
4. Anggi Arianto, M.Hum, selaku Ketua Progm Studi Diploma III Bahasa Jepang Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi.
5. Rosi Novisa Syarani, M.Pd, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan, dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
6. Aam Hamidah, M.Pd, selaku dosen penguji I.
7. Ahmad Kurnia, S.Pd, M.M, selaku dosen penguji II.
8. Seluruh dosen Bahasa Jepang dan Staff Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi.
9. Orang Tua, kakak, dan adik-adikku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan moral maupun spiritual.
10. Sahabatku Hellena, Suastu Intan dan Khorina Dwi Lestari yang selalu membantu, menasehati, mendukung, mengajarkanku tentang banyak hal dan memberikan semangat belajar selama perkuliahan dan penyusunan skripsi.

11. Deta Amelia dan Ade Riyani alumni yang sudah membantu serta membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi.
12. Sahabatku sejak SMA”FAU2” Rheza Fido Fernanda, S.T., Nurfadillah, S.S., dan Widiana Wulansari yang selalu memberi semangat, nasehat, dan doa kepada penulis.
13. Teman-teman fangirling dan grup “Pojokan”, Fena, Icha, Keinan, Handa, Novita, Syifa, Vira, Okta, Sekar, Hasna, dan Mitha yang tiada hentinya memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
14. Teman-teman BEM STBA JIA angkatan 2014 sampai 2017 yang telah mengajarkan saya untuk menjadi mahasiswa yang aktif dan semangat berorganisasi selama kuliah di Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA.
15. Teman-teman seperjuanganku Fransisca, Wisnu, Reisha, Jenius, Utari, Khilda, Atiqoh, Jundi, Resti, Arif, Hana, Chika, Fardhi, Indah, Astika, Lidya, dan seluruh mahasiswa Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA yang selama ini membantu selama perkuliahan.
16. Eureka Maulana yang selalu ada disaat suka maupun duka dan selalu menyemangati penulis.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukannya.

Bekasi, 1 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Persetujuan	ii
Lembar pernyataan keaslian skripsi	iii
Lembar Pengesahan	iv
Surat Keterangan Layak Ujian Sidang (dospem I)	v
Surat Keterangan Layak Ujian Sidang (dospem II)	vi
Motto dan Persembahan	vii
Abstraksi	viii
Yoshi	x
Kata Pengantar	xvii
Daftar Isi	xix
Daftar Gambar	xxii
Daftar Tabel	xxiii
Daftar Grafik	xxiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan dan Fokus Masalah	6
C. Tujuan dan Fokus Masalah	6
D. Definisi Operasional	7
E. Sistematika Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Konsep Kebudayaan	10
1. Definisi Budaya	10
2. Sifat-sifat Budaya	11
3. Faktor yang Mempengaruhi Budaya	13
4. Jenis Budaya	14
B. Konsep Globalisasi	16
1. Definisi Globalisasi	16
2. Globalisasi dalam Berbagai Bidang	18
3. Ciri-ciri Gobalisasi	20
4. Globalisasi oleh Appadurai	20
C. Konsep Diplomasasi	22
1. Diplomasasi Publik	22
2. Diplomasasi Kebudayaan	29
D. <i>Pop Culture</i>	32
E. <i>Korean Wave</i>	34
F. Elaborasi Data dan Kerangka Fikir	35
G. Penelitian Relevan	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	38
1. Waktu dan Tempat Penelitian	39
2. Jenis Penelitian	40
B. Prosedur Penelitian	40
C. Teknik Pengumpulan Data	42
D. Teknik Analisis Data	43
E. Sumber Data	44

BAB IV ANALISIS DATA

A. Media Penyebar <i>Korean Wave</i>	45
1. Awal Masuknya <i>Korean Wave</i> di Jepang	52

2. Penolakan Publik Jepang Terhadap Produk	
Budaya Korea Selatan	56
B. Faktor Diterimanya <i>Korean Wave</i> oleh Masyarakat Jepang	59
C. <i>Korean Wave</i> Sebagai Bentuk Diplomasi Korea Selatan	74
D. Reaksi Pemerintah Jepang	79
E. Perkembangan <i>Korean Wave</i> di Jepang	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	84
B. Saran	87

DAFTAR ACUAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

4.1 : Aktor Bae Yong Joon dan aktris Choi Ji Woo dalam drama *Winter Sonata* korean version

4.2 : Aktor Bae Yong Joon dan aktris Choi Ji Woo dalam drama *Winter Sonata* Japan version

4.3 : Cover komik Kenkanryu

4.4 : Berita tentang *Boyband* 'Seventeen' debut di Jepang

DAFTAR TABEL

4.1 : hubungan Jepang dan semenanjung Korea, terkait interaksi serta pergerakannya dengan Korea Utara dan Selatan

4.2 : hubungan ekonomi Jepang-Korea Selatan dalam ekspor-impor dari tahun 1996 hingga tahun 2005

DAFTAR GRAFIK

4.1 : Jumlah wisatawan asing di Jepang

4.2 : penggunaan Youtube untuk *Korean Music Video* pada tahun 2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap negara di dunia pada dasarnya memiliki keunikan budaya tersendiri. Budaya didefinisikan sebagai suatu buah hasil pemikiran yang berkembang dan menjadi suatu kebiasaan masyarakat atau kelompok. Menurut E.B. Tylor, kebudayaan adalah mencakup ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat istiadat dan kemampuan-kemampuan, serta kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. (dalam Bastian, 2013:03)

Masyarakat Jepang dikenal sebagai masyarakat yang mampu mengambil dan menarik manfaat dari hasil budaya bangsa lain, tanpa mengorbankan kepribadiannya sendiri. Menurut Suryohadiprojo (1982: 192-193), rakyat Jepang pada dasarnya konservatif yaitu suatu bangsa yang memelihara dan meneruskan nilai-nilainya sendiri, sebuah bangsa yang menyimpan keunikan dalam hal kebudayaan.

Sebagai bangsa yang konservatif Jepang juga dikenal sebagai bangsa yang modern dan memiliki teknologi super canggih, serta mempunyai kebudayaan yang unik membuat Jepang banyak dikenal masyarakat dunia, salah satunya Korea Selatan. Jepang dan Korea Selatan pada hakekatnya memiliki hubungan yang unik dalam hal kebudayaan, ada beberapa hal yang membuat keduanya menjadi sangat mirip satu

sama lain. Misalnya beberapa kosa kata dapat mempunyai arti yang sama, baik dalam bahasa Korea maupun bahasa Jepang. Contohnya:

가방	カバン
<i>Kaban</i>	<i>Kaban</i>
“tas”	“tas”

Jepang dan Korea berada dalam letak geografis yang berdampingan, tidak berarti membuat kedua negara ini memiliki hubungan yang selalu berjalan mulus dalam hal apapun. Hal itu dapat dilihat dari sejarah masa lalu antara Jepang dan Korea. Isu sejarah tersebut adalah Jepang pernah menduduki dan menjajah negara Korea selama 35 tahun, mulai dari 1910 sampai 1945 (Sheen dalam Sari, 2014: 1). Isu-isu tersebut merupakan isu yang telah lama ada namun sampai saat ini masih belum terselesaikan dan membuat hubungan kedua negara terlihat tidak begitu harmonis. Hal tersebut terjadi karena yang diinginkan oleh Korea Selatan adalah permintaan maaf secara resmi dari Jepang, sedangkan Jepang menginginkan Korea Selatan melupakan kejadian masa lampau (<http://globalpublicsquare.blogs.cnn.com/2014/07/17/ball-in-abes-court-with-japan-south-korea-ties/>).

Banyaknya warga Korea yang menyimpan sentimen pribadi terhadap Jepang walaupun negara mereka telah merdeka. Begitu pula warga Jepang yang selalu memandang remeh masyarakat Korea. Hal ini menyebabkan

anti- Korean dan anti-Japan muncul sebagai bentuk sentimen masing-masing negara.

Salah satu bentuk anti-Korea dari Jepang ditandai dengan munculnya sebuah komik Jepang yang berjudul Kenkanryu (Sakamoto dan Allen, 2007). Komik ini merupakan komik yang menggambarkan tentang masyarakat Korea yang bodoh dan buruk rupa serta menceritakan bagaimana Korea meniru kebudayaan Jepang. Sedangkan sentimen anti-Jepang dari Korea didasari oleh sengketa pulau Dokdo atau Takeshima dan isu mengenai wanita Korea yang dijadikan sebagai budak seks oleh tentara Jepang (*detik news.com*). Sentimen dari kedua negara tersebut masih belum dapat dihilangkan. Namun seiring dengan perkembangan budaya, *Korean Wave* hadir dan memberi warna tersendiri bagi masyarakat kedua negara.

Hallyu atau *Korean Wave* merupakan sebuah fenomena kebudayaan *pop culture* yang berasal dari Korea Selatan dan tersebar secara global di seluruh dunia. Elemen-elemen *Hallyu* meliputi drama televisi, film, musik pop, tren fashion, makanan, kosmetik, animasi dan komik. Menurut Dator dan Seo (dalam Marinescu 2014:02) mengatakan:

“Hanryu” of “Hallyu” (in English, “Korean wave”) is a phenomenon particular to Asia and it refers to the current impact of products specific to South Korean popular culture (films, music, games, fashion) on this region of the world.

“Hanryu” dari “Hallyu” (dalam bahasa Inggris, “Korean wave”), adalah fenomena khusus untuk Asia dan mengacu pada dampak

produk khususnya untuk budaya populer Korea Selatan (film, musik, permainan, mode) di wilayah Asia ini.

Korean Wave adalah suatu istilah untuk menggambarkan produk kebudayaan populer (*pop culture*) dari Korea Selatan yang berhasil diekspor ke negara-negara lain di wilayah Asia Eropa, maupun Amerika. Melalui musik, film, dan produk industri hiburan seperti drama televisi, *Korean Wave* ‘menjual’ kebudayaan Korea Selatan yang memadukan gaya tradisional dan kehidupan modern sebagai senjata utamanya. *Korean Wave* yang berhasil masuk ke pasar dunia kemudian tidak hanya sekedar memasarkan budaya Korea Selatan, namun juga diiringi dengan pemasaran produk-produk komersial dan pariwisata Korea (Suryani, 2012: 1).

Pada dasarnya sejarah terbentuknya *Korean wave* ini terpengaruh dari *Japanese culture pop* atau *J-pop* yang menyebar di kawasan Asia dan benua lainnya. Pada tahun 1990-an budaya pop Jepang juga sangat populer, baik dari komik, grup musik dan film atau drama lainnya. *J-pop* sendiri masuk ke Korea pada pertengahan tahun 1980-an secara tidak legal, karena pemerintah Korea Selatan melakukan pelarangan impor langsung produk dari hasil kebudayaan Jepang sampai pada tahun 1997 (Hyejung Ju dan Eun Young Jung dalam Bastian, 2013: 2).

Dari ranah budaya, Korea Selatan dan Jepang dihitung sangat sering mengadakan agenda bersama seperti pertukaran budaya seperti *Japan-*

Korea Exchange 2011, Japan-Korea Arts and Cultural Exchange Exhibition dan sejumlah agenda lain terkait kebudayaan kedua Negara (Korean Cultural Center, Korean Embassy in Japan, 2018: 14-15).

Pemerintah Korea Selatan juga telah menjadikan *Korean Wave* sebagai diplomasi publiknya sejak tahun 2005. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam kebijakan luar negeri yang dimiliki Korea Selatan sejak tahun 2005 bahwa dalam usaha membangun citra positif dari *korean wave*, kementerian luar negeri dan perdagangan telah terlibat dalam kegiatan diplomasi publik Korea Selatan dalam hal meningkatkan kegiatan budaya dan mempromosikannya untuk lebih meningkatkan citra nasional sebagai negara terkemuka di bidang kebudayaan. Sejak saat itu *Korean Wave / Hallyu* juga dilibatkan dalam mempromosikan pariwisata Korea Selatan. Berdasarkan situs www.kbs.co.kr, sekitar 8,5 juta wisatawan asing berkunjung ke Korea pada akhir tahun 2010. Jumlah ini sangat jauh berbeda dibandingkan tahun 2000 yaitu sekitar 1,5 juta wisatawan asing saja.

Namun, dukungan dari pemerintah Korea terhadap *korean wave* sendiri tidak menjadi faktor utama di dalam perkembangan industri budaya pop, karena sikap-sikap pemerintah yang dianggap usang dalam pelayanan masyarakat di dunia yang saling memiliki ketergantungan berdasarkan pengetahuan teknologi (Anthony, 1976 :174).

Dengan adanya penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana budaya pop korea atau *korean wave* dapat

masuk ke negara Jepang. Hal tersebut diteliti dalam judul skripsi “**Tinjauan *Korean Wave* dalam perkembangan kebudayaan masyarakat Jepang**”.

B. Rumusan dan Fokus Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan membahas tentang :

1. Apa itu *Korean Wave*?
2. Faktor apa saja yang membuat *Korean Wave* diterima di Jepang?
3. Bagaimana peran *Korean Wave* sebagai bentuk diplomasi publik Korea Selatan dalam perkembangan kebudayaan masyarakat Jepang?

2. Fokus Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis akan membahas peran *korean wave* yang mempengaruhi Jepang di bidang musik dan drama.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa itu *korean wave*.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses masuk dan berkembangnya *korean wave* di Jepang.
3. Untuk mengetahui apa saja peran *Korean Wave* sebagai bentuk diplomasi Korea Selatan.

Dalam penelitian ini penulis berharap agar hasil dari penulisan ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoretis : Untuk menambah pengetahuan tentang *korean wave* di Jepang beserta pengaruhnya.
2. Manfaat Praktis : Diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai informasi yang baik untuk mahasiswa/i STBA JIA maupun masyarakat luar dalam menambah wawasan tentang *korean wave* dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Definisi Operasional

Definisi operasional dimasukkan untuk mengetahui dan memahami istilah-istilah asing dalam judul skripsi serta menghindari kesalah pahaman penafsiran yang berkaitan. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Analisis *Korean Wave* Terhadap Masyarakat Jepang”, maka penulis akan memberikan penjelasan sebagai berikut :

Budaya : Budaya adalah seluruh kekompleksan tingkah laku

tradisional yang dikembangkan oleh manusia dan berhasil diteruskan oleh setiap generasi. Budaya juga dapat berarti bentuk tingkah laku tradisional dimana karakteristik itu diberikan oleh sebuah masyarakat, grup masyarakat, ras tertentu atau wilayah tertentu dan pada waktu tertentu . (Margaret Mead :1937)

Korean Wave : “*Hanryu*” of “*Hallyu*” (in English, “*Korean wave*”) is a phenomenon particular to Asia and it refers to the current impact of products specific to South Korean popular culture (films, music, games, fashion) on this region of the world“ (Dator dan Seo dalam Marinescu 2014:02).

“*Hanryu*” dari “*Hallyu*” (dalam bahasa Inggris, “*Korean wave*”), adalah fenomena khusus untuk Asia dan mengacu pada dampak produk khususnya untuk budaya populer Korea Selatan (film, musik, permainan, mode) di wilayah Asia ini (Dator dan Seo dalam Marinescu 2014:02).

4. Sistematika Penelitian

Bab I Pendahuluan: Pada bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat

penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan. Bab II Landasan Teoritis: Pada bab ini penulis menguraikan teori yang dijadikan sebagai landasan atau dasar dalam membahas penelitian. Bab III Metodologi Penelitian: Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan disertai penjabaran mengenai alasan dipilihnya metode tersebut. Bab IV Analisis Data: Pada bab ini akan diuraikan penelitian mengenai apa itu *Korean Wave*, bagaimana *korean wave* mampu masuk dan berkembang di Jepang, bagaimana bentuk diplomasi Korea Selatan dalam menggunakan *Korean Wave* sebagai diplomasi publiknya. Bab V Kesimpulan dan Saran: Pada bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dilakukan, sedangkan saran berisi tentang rekomendasi dan implikasi penulis terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

Suatu penelitian ilmiah selalu memerlukan landasan teori dan konsep yang relevan serta berkaitan dengan masalah yang dianalisis, sehingga arah dan tujuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pada bab ini peneliti akan memaparkan hal-hal yang berkaitan dengan teori dan beberapa pengertian menurut para ahli yang digunakan sebagai landasan untuk menganalisis suatu objek penelitian, baik yang berbahasa Indonesia maupun bahasa Asing. Adapun teori yang peneliti paparkan adalah teori diplomasi publik dan diplomasi kebudayaan. Selain itu, penulis juga akan memaparkan mengenai definisi kebudayaan secara umum, globalisasi, *pop culture*, elaborasi data dan kerangka pikir, serta penelitian yang relevan.

A. Konsep Kebudayaan

1. Definisi Kebudayaan

Menurut Widyosiswoyo (2004: 30) dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Budaya Dasar*, Kebudayaan berasal dari kata *budh* dalam bahasa Sanskerta yang berarti akal, kemudian menjadi kata *budhi* (tunggal) atau *budhaya* (majemuk), sehingga kebudayaan diartikan sebagai hasil pemikiran atau akal manusia. Widyosiswoyo juga memaparkan beberapa definisi budaya menurut beberapa ahli sebagai berikut:

- a. Sutan Takdir Alisyahbana, mengatakan bahwa kebudayaan adalah manifestasi dari cara berpikir, sehingga menurutnya pola

kebudayaan itu sangat luas sebab semua laku dan perbuatan tercakup di dalamnya dan dapat diungkapkan pada basis dan cara berpikir, termasuk di dalamnya perasaan karena perasaan juga merupakan maksud dari pikiran.

- b. Koentjaraningrat, mengatakan bahwa kebudayaan berarti keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakan dengan belajar serta keseluruhan dari hasil budi pekertinya.
- c. Malinouwski, menyebutkan bahwa kebudayaan pada prinsipnya berdasarkan atas berbagai sistem kebutuhan manusia. Tiap tingkat kebutuhan itu menghadirkan corak budaya yang khas.

Dengan demikian kebudayaan atau budaya merupakan hasil karya dan cipta manusia yang menyangkut keseluruhan aspek kehidupan setiap orang dan kehidupan setiap kelompok manusia.

2. Sifat-sifat Budaya

Setiap budaya yang dimiliki oleh setiap masyarakat ataupun setiap negara pasti berbeda-beda, namun setiap budaya memiliki ciri atau sifat yang sama. Sifat tersebut bukan diartikan secara spesifik, namun secara universal. Adapun sifat budaya menurut Itsuo (2013: 48) adalah sebagai berikut:

- a. Budaya dipelajari (文化は学習される)

Budaya diajarkan oleh orangtua, sekolah dan lingkungan secara sadar ataupun tidak sadar sejak kita kecil. Budaya yang kita

pelajari pun berbeda-beda menurut tempat kita dibesarkan dan bagaimana lingkungan tersebut.

b. Budaya disampaikan dan diturunkan (文化は伝達・伝承される)

Budaya disampaikan dari orangtua ke anak, dari orang ke orang, dari kelompok ke kelompok, dan terkadang dari negara ke negara dengan berbagai macam bentuk seperti lagu, tarian, kesenian, legenda, hari raya, sopan santun, dan lain sebagainya.

c. Budaya selalu berubah (文化は常に変化する)

Budaya yang telah disampaikan dan telah dipelajari akan berubah bersamaan dengan perubahan lingkungan. Perbedaan budaya Jepang sekarang ini dengan budaya Jepang di zaman Edo karena perubahan seiring berjalannya waktu.

d. Budaya adalah norma (文化は規範である)

e. Seluruh komponen budaya memiliki hubungan timbal balik (すべての文化要素は相互関係にある)

Masing-masing budaya saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Budaya tidak hanya ada yang tunggal, namun budaya dapat dikatakan ada yang memiliki hubungan timbal balik.

f. Budaya adalah ethnocentrism (文化は自民族中心主義である)

Dalam Total Culture, kita mempelajari standar nilai mengenai apa yang benar dan apa yang tidak benar. Ketika kita menggunakan standar nilai tersebut dalam budaya lain, maka hal

tersebut menjadi ethnocentrism. Ketika budaya kita bertemu dengan budaya lain, kita akan merasa aneh atau merasa budaya tersebut salah. Itulah yang disebut ethnocentrism atau melihat budaya lain dengan kaca mata sendiri.

3. Faktor yang Mempengaruhi Budaya

Terwujudnya suatu budaya pasti dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yaitu hal-hal yang menggerakkan manusia untuk menghasilkan budaya. Menurut Fischer dalam Widyosiswoyo dalam bukunya *Pengantar Antropologi*, ada sejumlah faktor yang mempengaruhi kebudayaan secara garis besar (2004: 32), yaitu:

a. Faktor Kitaran Geografis

Faktor lingkungan fisik lokasi geografis merupakan suatu corak budaya sekelompok masyarakat. Dengan kata lain, faktor kitaran geografis merupakan determinisme yang berperan besar dalam pembentukan suatu budaya.

b. Faktor Induk Bangsa

Faktor induk bangsa terbagi lagi menjadi dua pandangan, yaitu Pandangan Barat dan Pandangan Timur. Pandangan Barat berpendapat bahwa perbedaan induk bangsa dari beberapa kelompok masyarakat mempunyai pengaruh terhadap suatu corak budaya. Berdasarkan pandangan Barat, umumnya tingkat peradaban didasarkan pada ras. Namun, pandangan Timur berpendapat bahwa peranan induk bangsa bukanlah sebagai faktor yang mempengaruhi

budaya. Kenyataannya dalam sejarah, budaya Timur sudah lebih dulu lahir dan cukup tinggi justru pada saat bangsa Barat masih “tidur dalam kegelapan”. Hal tersebut semakin jelas ketika dalam abad XX, bangsa Jepang yang termasuk ras Mongoloid mampu membuktikan bahwa mereka bangsa Timur tidak dapat dikatakan lebih rendah daripada bangsa Barat.

c. Faktor Saling Kontak Antarbangsa

Hubungan antarbangsa yang makin mudah akibat sarana perhubungan yang makin sempurna menyebabkan satu bangsa mudah berhubungan dengan bangsa lain. Akibat adanya hubungan antarbangsa ini, dapat atau tidaknya suatu bangsa mempertahankan budaya tergantung dari pengaruh kebudayaan asing. Jika lebih kuat maka budaya asli dapat bertahan. Sebaliknya apabila budaya asli lebih lemah daripada budaya asing, maka lenyaplah budaya asli dan terjadilah budaya jajahan yang sifatnya tiruan (*colonial and imitative culture*). Namun, dalam kontak antarbangsa ini yang banyak terjadi adalah adanya keseimbangan yang melahirkan budaya campuran (*acculturation*).

4. Jenis Budaya

Apa yang terlintas dibenak ketika kita ditanya mengenai budaya Jepang? Apakah *anime*? Atau *matsuri*? Atau yang lainnya. *Anime* dan *matsuri* memang budaya Jepang, namun kita hanya mengetahui budaya Jepang yang nampak oleh mata kita saja. Menurut Itsuo (2013)

kita dapat memikirkan suatu budaya menggunakan analogi Gunung Es. Gunung es dibagi menjadi dua sisi atau dua bagian, yaitu sisi yang terlihat, dan sisi yang tidak terlihat. Berdasarkan hal tersebut, budaya dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu Budaya yang Terlihat atau *Mieru Bunka* (見える文化) dan Budaya yang Tidak Terlihat atau *Mienai Bunka* (見えない文化) .

a. Budaya yang Terlihat (見える文化)

Budaya yang terlihat dapat dianalogikan seperti bagian atas gunung es yang dapat terlihat oleh siapa saja. Salah satu contohnya adalah kimono. Kimono adalah budaya Jepang yang dapat terlihat, yang memang semua orang sudah mengetahuinya.

b. Budaya yang Tidak Terlihat (見えない文化)

Berbeda dengan budaya yang terlihat, budaya yang tidak terlihat dapat dianalogikan sebagai bagian bawah gunung es, yaitu bagian yang berada di bawah air. Untuk mengetahui bagian bawah gunung es tersebut, kita harus menyelam terlebih dahulu. Sama halnya seperti budaya, contohnya budaya memberi salam dengan membungkukkan badan di Jepang atau dikenal dengan *Ojigi*. Yang kita tahu orang Jepang sering melakukan *Ojigi*. Namun, apabila kita selami lebih dalam lagi, kita lihat lagi bagian bawah dari gunung es tersebut, kita akan mengetahui bahwa *Ojigi* dilakukan tidak hanya untuk memberikan salam saja, dan bentuknya ada

berbagai macam. Itulah salah satu budaya Jepang yang tidak terlihat dimana kita harus menyelaminya untuk mencari tahu.

B. Konsep Globalisasi

1. Definisi Globalisasi

Menurut John Baylis dan Steve Smith dalam Winanti (2003: 180), Globalisasi adalah suatu proses meningkatnya keterkaitan antar masyarakat sehingga satu peristiwa yang terjadi di wilayah tertentu semakin lama akan kian berpengaruh terhadap manusia dan masyarakat yang hidup di bagian lain di muka bumi ini. Globalisasi dapat pula didefinisikan dengan penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, perluasan yang melintas negara bahkan benua, organisasi sosial dalam skala global dan pertumbuhan sebuah kesadaran global (Rizal, 2016: 89).

Adapun pendapat ahli lain mengenai globalisasi adalah sebagai berikut:

- a. Ramos (2006: 5) mendefinisikan globalisasi sebagai berikut:

「グローバリゼーションとは単純化して言えば、貿易、投資、産業が、地理的・政治的な境界を飛び越え、特にはそれらを見捨て、世界中に均質的に広がっているということです。」

yang jika diartikan menjadi “Globalisasi secara sederhana adalah tersebarnya perdagangan, investasi, industri, dan lain-lain secara homogen ke seluruh dunia yang melompati batas geografis dan politik, bahkan terkadang mengabaikannya”

- b. Ritzer (2011: 574) mengatakan bahwa “Globalization is the spread of worldwide practices, relations, consciousness, and organization of social life”, yaitu; Globalisasi adalah penyebaran praktik, hubungan, kesadaran, dan pengorganisasian kehidupan di seluruh dunia.

c. Giddens dalam Winanti (2003: 180) memandang globalisasi sebagai sebuah proses sosial yang ditandai dengan semakin intensifnya hubungan sosial yang mengglobal. Artinya, kehidupan manusia di suatu wilayah akan berpengaruh pada kehidupan manusia di wilayah lain dan begitu pula sebaliknya.

Globalisasi secara intensif terjadi pada awal abad ke-20 dengan berkembangnya teknologi komunikasi melalui media massa. Kontak budaya tidak perlu lagi melalui kontak fisik karena kontak melalui media telah memungkinkan sehingga Globalisasi dapat berjalan dengan cepat dan massal (Wuryanta, 2011: 82).

Pada zaman dahulu, jarak yang jauh antara satu negara dengan negara yang lain menjadi masalah dalam berkomunikasi. Selain itu, alat komunikasi dan transportasi yang tersedia pun masih sangat terbatas. Adanya perkembangan teknologi seperti sekarang diawali dengan adanya revolusi industri di Inggris. Hal ini kemudian menyebabkan perkembangan teknologi di segala bidang termasuk dalam bidang komunikasi dan transportasi. Sekarang, segalanya menjadi lebih mudah dan jarak bukan lagi menjadi masalah. Melalui telepon kita dapat berkomunikasi dengan orang-orang yang berada di negara lain. Melalui televisi kita dapat melihat kejadian yang terjadi di negara lain dengan cepat. Hal tersebut adalah keuntungan yang dibawa oleh Globalisasi. Sebaliknya, globalisasi juga dapat membawa keburukan kepada sesuatu negara, sebab ia akan menimbulkan

imperialisme baru terhadap budaya sesuatu bangsa. Pandangan yang kedua ini lebih melihat kepada implikasi globalisasi terhadap kehidupan dan kebudayaan suatu bangsa (Tomlinson dalam Syam, 2015: 56).

2. Globalisasi dalam Berbagai Bidang

Globalisasi secara umum, sebagaimana diungkapkan Sztompka dalam Miftahuddin (2007: 3-5) dapat diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal. Artinya, masyarakat di seluruh dunia menjadi saling tergantung pada semua aspek kehidupan baik secara budaya, ekonomi, maupun politik, sehingga cakupan saling ketergantungan benar-benar mengglobal.

a. Bidang Politik

Globalisasi di bidang politik ditandai dengan adanya kesatuan supranasional dengan berbagai cakupan blok politik dan militer dalam NATO (North Atlantic Organization), koalisi kekuasaan dominan, dan organisasi berskala internasional seperti PBB (Perserikatan Bangsa Bangsa).

b. Bidang Ekonomi

Globalisasi dalam bidang ekonomi ditandai dengan peningkatan peran koordinasi dan integrasi supranasional, seperti EFTA (*European Free Trade Association*), EC (*European Commission*), OPEC (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*), perjanjian kerja sama ekonomi regional serta dunia,

pembagian kerja dunia, dan peningkatan peran kerja sama multinasional.

c. Bidang Budaya

Globalisasi di bidang budaya ditandai dengan kemajuan menuju keseragaman. Dalam hal ini, media massa, terutama televisi, mengubah dunia menjadi sebuah “dusun global”. Informasi dan gambaran peristiwa yang terjadi di tempat yang sangat jauh dapat ditonton jutaan orang pada waktu hampir bersamaan, sehingga pengalaman budaya, seperti selera, persepsi, dan pilihan relatif sama. Di samping itu, muncul juga bahasa Inggris sebagai bahasa global yang berperan sebagai alat komunikasi profesional di bidang bisnis, ilmu pengetahuan, komputer, teknologi, transportasi, dan digunakan sebagai alat komunikasi pribadi dalam berpergian. Di bidang teknologi komputer, program yang sama digunakan di seluruh dunia sebagai pola umum dalam menyusun dan memproses data serta informasi. Akhirnya, tradisi budaya pribumi atau lokal semakin terkikis dan terdesak, serta menyebabkan budaya konsumen atau budaya massa model Barat menjadi budaya universal yang menjalar ke seluruh dunia.

3. Ciri-ciri Globalisasi

Winanti (2003: 181) memberikan beberapa ciri yang menandakan semakin berkembangnya fenomena globalisasi di dunia, yaitu sebagai berikut:

- a. Globalisasi terkait erat dengan kemajuan inovasi teknologi, arus informasi serta komunikasi yang lintas batas negara.
- b. Globalisasi tidak dapat dilepaskan dari akumulasi kapital, semakin tingginya intensitas arus investasi, keuangan, dan perdagangan global.
- c. Globalisasi berkaitan dengan semakin tingginya intensitas perpindahan manusia, pertukaran budaya, nilai, dan ide yang lintas batas negara.
- d. Globalisasi ditandai dengan semakin meningkatnya tingkat keterkaitan dan ketergantungan tidak hanya antar bangsa, namun juga antar masyarakat.

4. Globalisasi oleh Appadurai

Appadurai dalam Ritzer (2011: 589) menyorot lima arus utama dalam proses globalisasi sebagai berikut:

a. *Ethnoscapes*

Melibatkan pergerakan kelompok dan individu (turis, pengunjung, pekerja, tamu) yang memainkan peran penting dalam pergeseran-pergeseran di dunia dimana kita tinggal. Ini melibatkan gerak aktual dan fantasi-fantasi tentang pergerakan. Lebih jauh dalam

dunia yang terus berubah orang-orang tidak dapat membiarkan imajinasi mereka diam terlalu lama dan karena itu harus menjaga fantasi-fantasi itu agar tetap hidup.

b. Technoscapes

Yang dimaksud Appadurai adalah konfigurasi global dari “teknologi dan fakta bahwa teknologi, baik teknologi tinggi maupun rendah, baik yang mekanistik maupun informasional, kini bergerak dengan kecepatan tinggi melintasi berbagai jenis batasan yang dulu ada”.

c. Financescapes

Ini melibatkan proses yang dengannya “pasar, bursa saham, nasional, dan spekulasi komoditas menggerakkan megamonies melalui batas-batas nasional dengan kecepatan tinggi”.

d. Mediascapes

Yang terlibat di sini adalah distribusi kapabilitas elektronik untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi (koran, majalah, televisi, studio pembuat film) yang sedang tersedia untuk kepentingan publik dan swasta yang semakin banyak, dan imaji dunia-dunia yang diciptakan oleh media ini.

e. Ideoscapes

Seperti mediascapes, ideoscapes adalah serangkaian imaji “terapi bersifat politis dan berhubungan langsung dengan ideologi negara dan kontraideologi dari gerakan-gerakan yang secara eksplisit

berorientasi untuk merebut kekuasaan negara atau sebagian dari kekuasaan itu”.

C. Konsep Diplomasi

1. Diplomasi Publik

Diplomasi bukanlah merupakan kebijakan, tetapi lembaga untuk memberikan pengaruh terhadap kebijakan tersebut. Namun diplomasi dan kebijakan keduanya saling melengkapi karena seseorang tidak akan dapat bertindak tanpa kerjasama satu sama lain. Diplomasi tidak dapat dipisahkan dari politik luar negeri, tetapi keduanya bersama-sama merupakan kebijakan eksekutif, seperti kebijakan untuk menetapkan strategi, diplomasi dan taktik (Wellesley dalam Suryokusumo, 2004: 7-8). Oleh karena itu, diplomasi itu sendiri tujuannya adalah kepada kebijakan tersebut. Dijelaskan secara lebih lanjut, diplomasi merupakan bagian dari kegiatan internasional yang saling berpengaruh, berbelit-belit, dan sangat luas dimana pemerintah dan organisasi internasional berusaha untuk meningkatkan tujuan-tujuannya melalui perwakilan diplomatik ataupun melalui organ-organ lainnya.

Diplomasi ini mengalami perkembangan, dimana tidak lagi hanya didominasi oleh aktor-aktor negara. Terutama setelah terjadinya penyerangan terhadap Amerika pada tanggal 11 September 2001, membuat salah satu bentuk diplomasi, yaitu diplomasi publik banyak

diperbincangkan sebagai cara dalam melakukan diplomasi. Istilah diplomasi publik ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1965 oleh Edmud Gullion dalam *Fletcher School of Law and Diplomacy* di *Tuffs University*. Melalui diplomasi publik ini, opini publik dapat berperan dalam rangka mendukung kebijakan negara. Tidak hanya itu, publik dalam hal ini juga dapat membantu mempengaruhi opini masyarakat negara-negara lainnya mengenai negaranya (Daniel, 1997:442-443). Oleh karena itu, diplomasi publik tidak hanya dapat memberikan gambaran yang positif mengenai suatu negara, tetapi juga dapat memberikan gambaran negatif negara karena bentuk diplomasi ini menjadi melibatkan aspek-aspek lain dari suatu negara yang tidak dapat lagi secara penuh dikontrol oleh negara. Salah satu alasan dari adanya keterlibatan publik ini didasarkan pada asumsi bahwa pemerintah dianggap tidak selalu dapat menjawab berbagai tantangan dalam isu-isu diplomasi yang kini semakin kompleks terlebih sifat khas yang melekat dari pemerintah adalah sangat kaku (*rigid*). Dengan kata lain, jika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme *government to government relations*, maka diplomasi publik lebih ditekankan pada *government to people* atau bahkan *people to people relations*.

Diplomasi publik ini tidak lagi hanya dilakukan melalui pertemuan-pertemuan formal ataupun wawancara dengan diplomat, tetapi dapat dilakukan dengan berbagai cara dimana terdapat

kesempatan untuk mempengaruhi opini negara lain dan kebijakannya. Isu-isu yang menjadi pokok utama juga mengalami perkembangan dengan melibatkan isu-isu ekonomi, sosial, kesejahteraan, lingkungan dan sebagainya yang biasa disebut dengan *low politics*. Hal ini menjadikan kepentingan suatu negara tidak lagi hanya terbatas dalam lingkup dan tanggung jawab pemerintah saja, tetapi juga melibatkan aktor-aktor non negara (Baylis dan Smith, 2005:192-193). *Soft Power* menjadi instrumen yang penting, dimana negara melalui beberapa aktivitas melibatkan berbagai aktor dan organisasi-organisasi yang memiliki akibat terhadap publik secara internasional, seperti melalui aktor-aktor, galeri seni dan musik, kelompok media dan wartawan, masyarakat dan lembaga swadaya masyarakat, pengudaha dan produksinya, politisi, partai, dan pakar politik, akademisi, universitas-universitas, pemimpin agama, kelompok agama, dan sebagainya. Berikut tujuan dari diplomasi publik, yaitu:

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai suatu negara, dalam hal ini membuat mereka memikirkannya, meningkatkan gambaran masyarakat tersebut, dan merubah pendapat mereka mengenai negara tersebut.
2. Meningkatkan apresiasi masyarakat mengenai suatu negara, dalam hal ini meningkatkan persepsi positif mereka, menyamakan opini mereka dengan negara tersebut mengenai suatu isu.

3. Meningkatkan hubungan dengan suatu negara, dalam hal ini dalam lingkup pendidikan, mendorong masyarakat negara lain untuk mengkonsumsi barang-barang dari negara tersebut, dan sebagainya.
4. Mempengaruhi masyarakat, seperti untuk mendapatkan investasi dari suatu perusahaan, ataupun memperlihatkan posisi kita atau mengajak para aktor politik untuk menyesuaikan dengan diri kita atas dasar kerjasama.

Ke-empat tujuan-tujuan diplomasi publik di atas, pada dasarnya tidak lepas dari salah satu tujuan diplomasi yang dijelaskan oleh Holsti. Dimana ia menjelaskan bahwa salah satu tujuan pemerintah melakukan negosiasi diplomatik untuk maksud-maksud propaganda; menggunakan konferensi tidak hanya untuk tujuan membuat kesepakatan terhadap beberapa isu, tetapi lebih ditujukan untuk menarik publik luar ke pihaknya dengan demikian, akan mengurangi posisi tawar menawar ke lawan-lawannya (Holsti, 1987:251). Berikut ini merupakan definisi diplomasi publik yang dijelaskan dalam *The University of Southern California's Center on Public Diplomacy*, yaitu:

The center studies the impact of private activities – from popular culture to fashion to sports to news to the Internet – that inevitably, if not purposefully, have an impact on foreign policy and national security as well as on trade, tourism, and other national interests.

Dalam kutipan di atas dijelaskan bahwa *popular culture* menjadi bagian dari diplomasi publik. *Pop culture* atau yang disebut dengan *popular culture* itu sendiri merupakan salah satu efek dari terjadinya fenomena globalisasi ini adalah dalam aspek kebudayaan, salah satunya adanya dengan tumbuhnya *pop culture* (<http://fletcher.tufts.edu/~media/Fletcher/Microsites/al%20Nakhlah/archives/pdfs/tiedeman.pdf>).

Di dalam artikel yang berjudul *Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Diplomacy in Asia*, Joseph S. Nye menjelaskan akan betapa pentingnya diplomasi publik dalam hubungan internasional sekarang ini. *Soft power* menjadi kemampuan untuk menarik pihak lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui sebuah atraksi dan bukan dengan paksaan ataupun bayaran, dan dalam hal ini, diplomasi publik dikategorikan sebagai alat dari *soft power* tersebut. Sebuah negara akan mendapatkan hasil yang diinginkan dalam politik internasional apabila negara lain dapat mengikutinya, mengagumi nilai yang dimilikinya, menirunya, ataupun memiliki keinginan untuk berada dalam tingkat sebuah kemakmuran dan keterbukaan (Joseph S. Nye dalam Otmazgin, 2012:41). *Soft power* dalam Nye merupakan kemampuan untuk membentuk persepsi pihak lain dan merupakan produk dari politik demokrasi sehari-hari. Kemampuan tersebut cenderung terkait dengan aset-aset tidak berwujud, seperti budaya yang dapat menarik pihak lain, pribadi yang menarik dari sebuah

negara, nilai-nilai politik dan lembaga, dan kebijakan yang dianggap sah ataupun memiliki otoritas moral.

Perbedaan antara hasil tindakan dan sumber yang digunakan adalah hal yang penting untuk memahami hubungan antara *soft power* dan diplomasi publik. Dalam politik internasional, sumber daya-sumber daya yang menghasilkan *soft power* sebagian besar berasal dari nilai-nilai organisasi atau negara dalam mengekspresikan nilai-nilai kebudayaannya, sebagai contoh dengan praktek-praktek internal dan kebijakan serta bagaimana mengelolanya dalam berhubungan dengan pihak lainnya. Dalam hal ini, diplomasi publik menjadi instrumen yang digunakan pemerintah untuk menjalankan sumber-sumber tersebut untuk berkomunikasi dan mengelola hubungan mereka dengan pihak lain. Diplomasi publik tersebut juga menjadi instrumen bagi pemerintah untuk berkomunikasi dan untuk menarik penonton dari negara lain, tidak hanya dari negaranya saja. Diplomasi publik mencoba untuk menarik dengan memberikan fokus terhadap sumber potensial tersebut melalui penyiaran, pemberian subsidi dalam ekspor, pertukaran, dan sebagainya. Akan tetapi, apabila isi budaya, nilai-nilai dan kebijakan tersebut tidak menarik, maka diplomasi publik tersebut tidak dapat menjadi atraktif dan menghasilkan persuasi, dan justru dapat menghasilkan kebalikannya. Kebudayaan sebagai alat diplomasi budaya dijelaskan oleh Nye merupakan seperangkat kegiatan yang menciptakan makna bagi masyarakat, dan memiliki banyak

manifestasi. Biasanya hal ini akan dibedakan antara budaya tinggi seperti sastra, seni dan pendidikan yang melayani elit masyarakat, dan budaya populer yang berfokus kepada hiburan massa.

Nye menilai bahwa sekarang ini informasi menjadi sebuah kekuatan terutama dengan semakin besarnya populasi dunia yang mengakses informasi tersebut. Akan tetapi, informasi itu sendiri tidaklah selalu memberikan hal yang positif bagi satu pihak. Informasi juga dapat memberikan efek negatif. Selain itu, editor dan juga *cue-givers* menjadi hal yang penting karena keberadaan mereka dapat mempengaruhi posisi dan pandangan satu pihak. Dalam pandangan mereka, kredibilitas menjadi hal yang penting. Oleh karena itu, sekarang ini negara tidak hanya memiliki kepentingan terhadap negara lain saja, tetapi juga media, swasta, lembaga-lembaga swadaya, dan komunitas-komunitas lainnya. Hal ini pada akhirnya membuat politik menjadi sebuah kontes dari kompetisi kredibilitas. Oleh karena itu, tanpa adanya kredibilitas nasional, maka diplomasi publik negara tersebut tidak akan menerjemahkan sumber-sumber budaya menjadi sebuah *soft power* yang atraktif.

Diplomasi publik dapat efektif disaat terjadi *listening* dan *talking* diantara pihak-ihak yang bersangkutan. Pada akhirnya *soft power* dapat dikatakan berhasil ketika pihak lain mendapatkan hal yang sama dengan apa yang kita keluarkan, dan hal ini membutuhkan pengertian dari bagaimana pihak lain mendengarkan pesan kita dan menyerapnya.

2. Diplomasi Kebudayaan

Di dalam buku Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansi Bagi negara Berkembang, menjelaskan bahwa diplomasi kebudayaan adalah sebuah strategi negara-negara berkembang. Diplomasi publik merupakan sebuah substansi politik luar negeri dalam pemanfaatannya bagi negara-negara sedang berkembang. Diplomasi kebudayaan merupakan bagian atau salah satu jenis dari begitu banyak diplomasi lain, yang diartikan sebagai usaha negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara makro sesuai dengan ciri khas yang utama, misalnya propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer (Warsito dan Kartikasari, 2007: 4).

Dalam tulisannya terdapat juga pelaku/aktor yang dapat melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan. Aktornya tidak hanya aktor pemerintah saja, tetapi juga aktor non-pemerintah, individual maupun kolektif, ataupun setiap warganegara. Oleh karena itu, pola hubungan diplomasi kebudayaan antarbangsa bisa terjadi antar pemerintah-pemerintah, pemerintah-swasta, swasta-swasta, pribadi-pribadi, pemerintah-pribadi, dan seterusnya. Tujuan utama dari diplomasi kebudayaan adalah untuk mempengaruhi pendapat umum untuk mendukung suatu kebijaksanaan politik luar negeri tertentu. Sasaran diplomasi kebudayaan itu sendiri adalah pendapat umum, baik pada

level nasional maupun internasional (Warsito dan Kartikasari, 2007: 4-5)

Terdapat beberapa jenis konsep diplomasi kebudayaan menurut tujuan, bentuk, dan saranya. Dari segi bentuk, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui:

a. Eksibisi.

Eksibisi atau pameran, dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi maupun nilai-nilai sosial atau ideologi dari suatu bangsa kepada bangsa lain. Eksibisi atau pameran ini merupakan bentuk diplomasi kebudayaan yang bersifat formal, legal, langsung dan paling konvensional karena dilakukan secara terbuka dan juga transparan. Eksibisi dapat dilakukan di luar negeri maupun di dalam negeri, baik secara sendirian (satu negara) maupun multinasional. Eksibisi juga dapat dilakukan melalui perdagangan, pariwisata, pendidikan, dan sebagainya.

b. Propaganda.

Agak mirip dengan eksebisi, propaganda merupakan penyebaran informasi, baik mengenai kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai-nilai sosial ideologis suatu bangsa kepada bangsa lain. Akan tetapi, biasanya dilakukan secara tidak langsung melalui media masa dan secara awam berkonotasi negatif, bahkan terkadang dianggap subversif. Bentuk propaganda ini merupakan

bentuk lasik atau cikal-bakal dari diplomasi kebudayaan, karena nilai-nilai sosial ideologi suatu bangsa yang dianggap sebagai nilai kebudayaan menjadi bahan pokok untuk disampaikan kepada bangsa lain. Hingga saat ini propaganda dianggap sebagai diplomasi yang sangat populer.

c. Kompetisi.

Dalam pengertian umum kompetisi lebih cenderung ke arah pertandingan atau persaingan.

d. Penetrasi.

Penetrasi yang merupakan perembesan, dilakukan melalui bidang-bidang perdagangan, ideologi, dan militer. Dalam perdagangan, bentuk yang paling dikenal adalah penyelundupan. Di bidang ideologi, penetrasi berarti propaganda, sedangkan dalam bidang militer disebut dengan penyusupan. Diplomasi kebudayaan model ini juga sering disebarkan melalui media seni budaya (contohnya, film).

e. Negosiasi.

Bentuk diplomasi kebudayaan melalui bentuk negosiasi ini lebih mencerminkan keinginan dari bangsa-bangsa yang bersangkutan untuk saling memperkenalkan, mengakui, menghormati, dan menghargai kebudayaan masing-masing bangsa tersebut, baik yang kemudian dilaksanakan dalam bentuk yang

lebih khas, seperti pertukaran budaya atau pertukaran ahli maupun bentuk kerjasama makro yang lain.

f. Pertukaran ahli.

Hal ini mencakup masalah kerjasama pertukaran kebudayaan secara luas, yakni dari kerjasama beasiswa antar negara, sampai dengan pertukaran ahli dalam pola bidang tertentu.

Selain beberapa bentuk diatas, masih ada beberapa bentuk lain yang dapat digunakan dalam diplomasi budaya, yaitu terorisme, embargo, dan juga boikot (Warsito, 2007:19-26).

Dari segi tujuan, diplomasi kebudayaan ini biasanya bertujuan untuk mencari pengakuan, penyesuaian, bujukan, hegemoni atau subversi. Sedangkan secara teoretik, tujuan diplomasi kebudayaan adalah untuk memenuhi kepentingan nasional. Melalui tujuan-tujuan tersebut, saran yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan diplomasi tersebut adalah melalui pariwisata, olahraga, pendidikan, perdagangan, dan juga kesenian (Warsito dan Kartikasari, 2007: 29-31).

D. *Pop Culture*

Pop culture atau yang disebut dengan *popular culture* dan budaya populer merupakan salah satu efek dari terjadinya fenomena globalisasi dalam aspek kebudayaan, salah satunya dengan tumbuhnya *pop culture*.

Berbagai respon negatif pada dasarnya sempat bermunculan, karena globalisasi dalam konteks ini cenderung dianggap sebagai fenomena Amerikanisasi karena Amerika sebagai produsen terbesar dari kebudayaan poplarnya (Culture and Globalization <http://www.globalization101.org>).

Pop culture ini terdiri dari film, musik, acara televisi, surat kabar, makanan, pakaian, hal-hal yang berhubungan dengan dunia hiburan dan hal-hal yang umum dan menjadi bagian dari masyarakat. Dijelaskan secara lebih lanjut oleh salah satu sosiolog. Peter Berger bahwa *pop culture* membawa keyakinan dan nilai-nilai yang sangat signifikan. Ia memberikan contoh dalam hal ini musik rock. Daya tarik yang dimiliki oleh jenis musik ini pada dasarnya tidak hanya karena musiknya yang keras, suaranya yang berirama dan dengan tarian yang cenderung keras. Tetapi, jenis musik ini juga menggambarkan nilai-nilai budaya seperti kebebasan berekspresi, spontanitas, dan juga pembebasan dari kehidupan yang membosankan. Dijelaskan oleh Christopher Geist dan Jack Nachbar bahwa terdapat empat dimensi yang dilibatkan dalam *pop culture*. Pertama, kepercayaan, nilai, dan juga pergerakan dari populasi yang cukup besar dalam mengekspresikan terhadap suatu hal. Kedua, buatan manusia dan menggambarkan masyarakat. Ketiga, berbentuk seni. Keempat, dalam sebuah ritual ataupun acara (dalam Grenz, 2004: 13).

Ia pun juga menjelaskan bahwa *pop culture* menjadi sebuah hal yang populer dikarenakan kemampuan mereka dalam mengartikulasikan gambaran mengenai diri mereka, sikap, aspirasi, ketakutan dan nilai dari

masyarakat dimana produk kebudayaan tersebut dipasarkan dan kesediaan mereka untuk memiliki ataupun menggunakan produk-produk dari *pop culture* tersebut. *Pop culture* merupakan buatan manusia dan bukan sebuah produksi industri kebudayaan. Akan tetapi, kebudayaan menjadi salah satu sumber yang digunakan masyarakat untuk membentuk sebuah *pop culture* itu sendiri. Oleh karena itu, hal ini membuat objek utama dari *pop culture* ini adalah masyarakat tanpa adanya perbedaan posisi sosial maupun level mereka. Hal ini dikarenakan *pop culture* tidak hanya terdiri dari nilai budaya yang permanen, tetapi telah disesuaikan dengan pemikiran dan kehidupan masyarakatnya.

E. Korean Wave

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan kebudayaan yang berasal dari Republik Korea Selatan. *Korean Wave* juga menjual produk-produk kebudayaan melalui film, musik, drama, dan kebiasaan dengan memadukan unsur tradisional serta modern di dalamnya. Penyebaran produk budaya Korea melalui *Korean Wave* atau *Hallyu* sudah merambah ke pasar dunia, dimana saat ini hampir di seluruh penjuru dunia menikmati budaya pop ini. Budaya dalam suatu negara meliputi film, musik, tariantarian, fotografi, makanan, dan sebagainya adalah hal yang bisa masuk dibungkus secara atraktif atau menarik dan mudah mendapat perhatian dari masyarakat nasional maupun Internasional, dan dapat dipercaya melalui diplomasi budaya, hubungan yang lebih baik dengan negara lain,

kerjasama, yang tentunya akan bisa memberikan keuntungan di berbagai aspek akan mudah dijalani (Effendi, 2011: 8).

F. Elaborasi Data dan Kerangka Pikir

Berdasarkan teori arus globalisasi, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teori oleh Appadurai untuk menemukan faktor-faktor diterimanya *Korean Wave* di Jepang, dimana terdapat lima arus globalisasi, yaitu *Ethnoscapes*, *Thechnoscapes*, *Financescapes*, *Mediascapes*, dan *Idescapes*. dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil tiga arus utama, yaitu *Ethnoscapes*, *Financescapes*, dan *Mediascapes*. Hal tersebut dilakukan karna ketiga arus tersebut telah terjadi di Jepang. Akibat hal tersebut kemudian menghasilkan kondisi *Korean Wave* yang mulai diterima oleh masyarakat Jepang, sekaligus dijadikan sebagai alat diplomasi Korea Selatan sebagai tujuan diplomasi pubiknya.

Selain itu konsep diplomasi publik dan budaya yang telah peneliti paparkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa budaya populer berupa *korean wave* merupakan salah satu sumber *soft power* dan digunakan sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan yang kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah Korea Selatan untuk mencapai kepentingannya. *Korean wave* memiliki peran yang signifikan sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan di Jepang. Mengacu dari konsep yang digunakan oleh penulis, upaya diplomasi publik memiliki tujuan untuk mempengaruhi prefensi publik negara lain untuk mempromosikan dan mengutamakan kepentingan

nasional negaranya. Diplomasi publik Korea Selatan ke Jepang melalui *korean wave* tersebut menghasilkan sejumlah pencapaian seperti membentuk citra positif Korea Selatan di mata Jepang, mewujudkan adanya sejumlah kerjasama dalam ranah budaya antara kedua negara, serta merubah *stereotype* masyarakat Jepang dalam menilai Korea Selatan beserta dengan masyarakatnya.

G. Penelitian Relevan

Penelitian tentang analisis *korean wave* terhadap perkembangan kebudayaan Jepang pernah dilakukan oleh Ida Ayu Pawitra Sari tahun 2014 dengan judul “Peran *Korean Wave (Hallyu)* dalam Perkembangan Kerjasama Kebudayaan Jepang-Korea” yang merupakan pustaka Universitas Brawijaya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti *korean wave* sebagai bentuk diplomasi. Adapun perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu lebih memfokuskan pada proses implementasi diplomasi publik Korea Selatan di Jepang. Sementara penelitian yang peneliti lakukan lebih memfokuskan proses masuknya dan diterimanya *korean wave* di Jepang hingga perkembangannya sebagai sebuah bentuk diplomasi publik Korea Selatan di Jepang. Sementara itu, teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori gobalisasi oleh Appadurai dan diplomasi publik oleh Holsti, sementara Ayu Pawitra Sari hanya menggunakan teori oleh Mark McDowell tentang diplomasi publik.

Penelitian sejenis juga pernah dilakukan oleh Tiara Putih Bastian pada tahun 2013 berupa tesis dengan judul “Penerimaan *Korean Wave* di Tengah Sentimen Anti Korea di Masyarakat Jepang pada 2003-2012” yang merupakan pustaka Universitas Indonesia. Adapun perbedaannya adalah pada rumusan masalah. Rumusan masalah Tiara Putih Bastian hanya membahas seputar penerimaan *Korean Wave* di Jepang. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti juga membahas peran *Korean Wave* sebagai bentuk diplomasi publik di Jepang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Penulis mencoba menggunakan metode yang relevan dengan penelitian ini, adapun yang digunakan adalah metode deskriptif. Sebelum menguraikan apa yang dimaksud metode deskriptif, penulis akan menguraikan tentang makna metode penelitian.

Metode berasal dari dua kata, yaitu meta dan hodos. Meta bermakna jalan, dan hodos bermakna yang dilalui atau ditempuh. Dengan demikian metode dapat diartikan sebagai cara atau jalan yang ditempuh. Dalam konteks penelitian, metode dapat dimaknai sebagai cara cara yang dilakukan dalam menempuh (jalan) suatu penelitian (Ibrahim, 2015: 50). Sedangkan teknik adalah cara melaksanakan metode (Sudaryanto dalam Muhammad, 2011: 203).

Selain metode, ada pula metodologi. Metodologi menurut Ratna (2010: 40) memiliki dua pengertian, yaitu: a) ilmu mengenai metode, dan b) proses yang dilakukan sejak awal hingga akhir penelitian. Pengertian pertama berkaitan dengan etimologi, asal-usul kata, sedangkan pengertian kedua dikaitkan dengan keseluruhan ‘cara’.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Secara bahasa, deskriptif adalah cara kerja yang sifatnya menggambarkan, melukiskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang diamati. Sedangkan dalam konteks penelitian, metode deskriptif adalah cara kerja penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan keadaan suatu objek (realitas atau fenomena) secara apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat penelitian itu dilakukan (Ibrahim, 2015: 59). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran secara otomatis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis memiliki sebuah ruang lingkup untuk tercapainya sebuah penelitian yang maksimal sebagai berikut:

1. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu yang peneliti gunakan dalam mengerjakan penelitian ini adalah selama lebih kurang tujuh bulan, mulai dari bulan Februari 2018 hingga bulan Juli 2018 sejak menentukan masalah sampai menjadi hasil penelitian.

b. Tempat Penelitian

Karena penelitian ini menggunakan metode pustaka sebagai salah satu teknik pengumpulan data, maka tempat yang dikunjungi dalam penelitian ini adalah beberapa perpustakaan seperti perpustakaan

Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA, perpustakaan Japan Foundation, perpustakaan Universitas Indonesia, dan lain sebagainya.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun pendekatan kualitatif menurut Ibrahim (2015: 52) adalah cara kerja penelitian yang menekankan pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari hasil suatu penelitian. Dengan kata lain, pendekatan kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata, atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.

B. Prosedur Penelitian

Penelitian merupakan salah satu rangkaian kegiatan ilmiah baik untuk keperluan mengumpulkan data maupun menarik kesimpulan atas gejala-gejala tertentu. Oleh karena itu, untuk dapat mencapai tujuan dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses penelitian dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan ini, kegiatan awal yang peneliti lakukan yaitu:

- a. Memilih tema untuk dijadikan judul penelitian.
- b. Penyusunan latar belakang dan rumusan masalah.

- c. Penetapan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian serta menyusun sistematika penulisan.
- d. Peneliti juga melakukan konsultasi atau bimbingan dengan dosen pembimbing.
- e. Mengajukan rancangan proposal penelitian untuk mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing atas penelitian yang sedang dilaksanakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah persiapan yang dibuat mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing, maka langkah selanjutnya adalah menindak lanjuti semua yang telah dipersiapkan tersebut. Dalam proses ini penulis membuat langkah penyusunan penelitian antara lain:

- a. Mengumpulkan data objek penelitian beserta sumber data yang berkaitan dengan *korean wave*.
- b. Menerjemahkan beberapa sumber data berbahasa asing.
- c. Mengklasifikasikan sumber data yang sudah diterjemahkan.
- d. Mengolah data yang sudah terkumpul.
- e. Melakukan analisa terhadap data objek.

3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahap terakhir pada proses penelitian. Adapun tahap yang peneliti lakukan adalah:

- a. Mendiskusikan hasil penelitian sementara dengan dosen pembimbing untuk dilakukan perbaikan atau revisi.

- b. Membuat perbaikan atau revisi hasil penelitian yang telah diperiksa oleh pembimbing, memeriksa kembali penulisan penelitian baik untuk tulisan dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Jepang.
- c. Membuat generalisasi dan menyimpulkan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan sesuai dengan penelitian yang diajukan. Sebuah penelitian dapat dikatakan berhasil apabila data dapat dikumpulkan. Sebaliknya, jika data tidak dapat didapatkan atau tidak dapat dikumpulkan, maka sebuah penelitian dipandang tidak diberhasil alias gagal (Ibrahim, 2015: 79). Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus yakin bahwa data yang diinginkan dalam penelitiannya kelak pasti dapat dikumpulkan. Namun, apabila seorang peneliti ragu apakah dapat mengumpulkan data dalam penelitiannya, maka lebih baik penelitian tersebut tidak dilakukan.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data seperti observasi atau pengamatan, wawancara, interview, dan lain-lain (Kurnia, 2004: 136). Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode pustaka. Metode pustaka juga sering disebut dengan studi literature dimana peneliti akan menelusuri sumber-sumber

berupa literature atau tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Metode pustaka adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui tempat-tempat penyimpanan hasil penelitian, yaitu perpustakaan (Ratna, 2010: 196). Adapun perpustakaan yang memuat data-data yang peneliti butuhkan adalah Perpustakaan Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA, Perpustakaan Japan Foundation dan Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia. Metode pustaka juga sering disebut dengan studi literature dimana peneliti akan menelusuri sumber-sumber berupa literatur atau tulisan yang pernah dibuat sebelumnya.

D. Teknik Analisis Data

Setelah data-data dan semua informasi mengenai *korean wave* yang diperlukan terkumpul, langkah berikutnya dalam melakukan penelitian adalah menganalisis data. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagaimana apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Dengan metode ini, peneliti hanya perlu menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan keadaan suatu objek (realitas atau fenomena) secara apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat penelitian itu dilakukan (Ibrahim, 2015: 59).

Dengan kata lain, analisis data digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini, yaitu “Faktor apa saja yang membuat *Korean Wave* diterima di Jepang?”. Untuk menjawab masalah penelitian di atas, peneliti akan menggunakan teori globalisasi menurut Appadurai yaitu *Ethnoscapes*, *Financescapes* dan *Mediascapes*. Kemudian, berdasarkan teori tersebut, peneliti akan menganalisis data yang telah diperoleh, lalu peneliti akan memilah data mana saja yang termasuk dalam bahasan dan mana yang tidak dan pada akhirnya dapat menjawab masalah penelitian ini.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah orang, benda, objek yang dapat memberikan informasi, fakta, data, dan realitas yang terkait atau relevan dengan apa yang dikaji atau diteliti (Ibrahim, 2015: 67).

Adapun sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini adalah literatur-literatur maupun artikel di internet yang menunjang informasi tentang *korean wave* mengenai awal mula keberadaan dan perkembangannya di Jepang.

BAB IV

ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dianalisis mengenai awal masuknya *korean wave* beserta perkembangannya di Jepang melalui isu antara Jepang dan Korea Selatan hingga penolakan publik Jepang terhadap produk Korea. Selain itu pada bab ini juga akan dianalisis faktor apa saja yang membuat *korean wave* dapat masuk ke Jepang serta bentuk-bentuk diplomasi publik Korea Selatan sehingga dapat masuk dan berkembang di Jepang.

A. Media Penyebar *Korean Wave*

Korean Wave merupakan sebuah fenomena penyebaran budaya populer Korea melalui media ke negara-negara lainnya. Awal dari kepopuleran *Korean Wave* diawali dengan serial drama Korea *What is Love* di salah satu stasiun TV Cina, *Cina Central Television Station* (CCTV) pada tahun 1997. Drama Korea yang ditayangkan ini mendapatkan respon baik dan diputar kembali pada tahun 1998. Drama tersebut mendapatkan peringkat tertinggi kedua dalam sejarah perfilman di Cina. Setelah itu, salah satu drama Korea lainnya yang berjudul *Stars in My Heart* ditayangkan, dan kembali menjadi drama terpopuler di Cina dan Taiwan pada tahun 1999 (Heo dalam Doobo Shim, 2006: 28). Penyebaran ini dimulai dengan penyebaran drama-drama Korea yang selanjutnya diikuti oleh musik, dan juga gaya hidup masyarakat Korea. *Korean Wave* ini pada

akhirnya tidak hanya digunakan untuk menunjukkan kecintaan terhadap budaya pop Korea saja, tetapi juga segala hal yang berhubungan dengan Korea.

Sejak saat itulah sebutan *Hallyu* sering digunakan untuk menggambarkan popularitas kebudayaan Korea Selatan di luar negeri. *Hallyu* juga dikenal dengan sebutan *Korean Wave* yang diartikan sebagai fenomena gelombang kebudayaan Korea Selatan yang terdiri dari beberapa konten-konten kebudayaan. Adapun konten-konten tersebut adalah film, *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Fashion* dan sebagainya.

Drama televisi juga menjadi bagian dari produk kebudayaan Korea Selatan yang mendapat perhatian dan pencapaian popularitas pertama dibandingkan konten-konten budaya lainnya. Oleh karena itu, drama televisi merupakan salah satu konten kebudayaan yang paling diminati dan dianggap sebagai produk yang memimpin penyebaran *Hallyu*. Meskipun demikian drama televisi dikenal sebagai kesuksesan produksi film layar lebar. Drama televisi Korea juga dikenal dengan sebutan *K-Drama* atau *Opera sabun (Soap Opera)* di beberapa negara lain.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan *K-Drama* lebih populer jika dibandingkan dengan program televisi asing lainnya. Hal ini dipaparkan oleh Kim Youna dalam tulisannya yang berjudul *Rising East Asia 'Wave': Korean Media Go Global* (2007: 131-132).

1. Alur ceritanya terlihat lebih emosional serta menggambarkan sisi romantisme.

2. *K-Drama* umumnya menceritakan tentang keluarga kelas menengah dalam strata sosial. Kelebihan dari hal tersebut adalah banyak para penonton usia remaja yang tertarik dengan alur cerita yang menggambarkan tentang kehidupan nyata seperti halnya cerita yang disuguhkan dalam *K-Drama*.
3. Latar belakang cerita di dominasi dengan gambaran kehidupan modern dan kehidupan tradisional. Hal seperti ini dapat dilihat dalam drama seperti; *Princess Hours*, *The King Two Hearts* dan lain-lain.
4. Kandungan unsur sejarah dan nilai moral yang ada di dalamnya. Ciri khas *K-Drama* adalah masih mengandung unsur nilai moral seperti ajaran Konfusius, sebagian besar drama mengandung nilai moral yang ingin disampaikan kepada para penonton. Contohnya drama Korea yang berjudul *The Birth of A Family* yang menceritakan tentang ikatan keluarga dan nilai-nilai kebaikan.

Selain *K-Drama* ada juga yang dimaksud dengan *K-Pop*. *K-Pop* saat ini diidentikkan dengan grup idola (*boyband* dan *girlband*) dan penyanyi solo yang menjadi *icon* atau wajah dari *Hallyu* itu sendiri. Di awal pada akhir tahun 1990an, salah satu stasiun televisi musik regional, *V Chanel*, menayangkan video musik musisi Korea yang pada akhirnya menjadi sangat populer di Asia. Selain itu, salah satu grup musik Korea yaitu H.O.T telah mulai terkenal di Cina dan Taiwan pada tahun 1998. Kepopuleran grup musik H.O.T ini menjadi awal dari mulai terkenalnya grup-grup musik Korea lainnya, seperti Ahn Jae-Wook, NRG dan Shinwa,

Baby V.O.X yang juga telah mengadakan konser di Cina dan dihadiri oleh lebih dari 30.000 penonton. Pada tahun 2002 juga, salah satu penyanyi bernama Boa yang merilis albumnya di tahun tersebut mencapai urutan teratas di *Oricon Weekly Chart*, salah satu urutan tangga lagu di Jepang yang setara dengan *American Billboard Charts*. Lagu-lagu dan gerakan tari dan band-band Korea seperti Wonder Girls, Girls' Generation, Super Junior, Shinee, DBSK menjadi sangat populer di negara-negara lain, seperti Jepang, Cina, dan juga negara-negara Asia Tenggara.

Tingginya popularitas *K-Pop* berdampak pada penyebaran *Hallyu* dalam skala yang lebih luas. *Hallyu* tidak hanya dikenal di kawasan Asia, Australia, Eropa bahkan Amerika. Fenomena *K-Pop* terus berlanjut pada tahun 2012 dimana industri musik mulai menjadi bisnis yang menjanjikan karena pencapaian popularitas yang tinggi di berbagai negara. Selain itu tingginya ketertarikan terhadap *K-Pop* menjadikannya sebagai konten kebudayaan *Hallyu* yang selalu ada pada setiap penyelenggaraan festival kebudayaan Korea Selatan. Seperti penyelenggaraan *Hallyu Dream Festival* yang merupakan festival musik tahunan yang diselenggarakan oleh Korea Selatan.

Popularitas yang diraih oleh *K-Pop* pada dasarnya terdiri dari beberapa faktor. Pertama, *K-Pop* memiliki karakteristik unik yaitu didominasi oleh para grup idola seperti; *boyband* dan *girlband* yang menjadi daya tarik bagi para penggemarnya. Kedua, *K-Pop* yang berasal dari musik tradisional memiliki nilai jual lebih sekaligus menjadi

karakteristik yang membedakan dengan musik lainnya. Ketiga, para anggota grup idola memiliki figur tubuh yang bagus serta wajah yang tampan dan cantik menjadi daya tarik dalam penyebaran *Hallyu*. Hal inilah yang menyebabkan para anggota grup idola dijadikan sebagai wajah *Hallyu* yang menggambarkan kecantikan dan keunikan budaya Korea Selatan. Keempat, kemampuan vokal dan tari yang dimiliki oleh anggota grup idola atau penyanyi solo lainnya juga menjadi karakteristik *K-Pop*. Popularitas *K-Pop* di level internasional dapat dilihat melalui media sosial seperti *Youtube*, contohnya penyanyi solo Psy. Lagu *Gangnam Style* yang dipopulerkan oleh Psy yang *release* pada akhir tahun 2012 merupakan judul lagu *K-Pop* yang paling banyak dilihat melalui situs *youtube*. Selain itu, lagu tersebut merupakan lagu yang menduduki peringkat pertama pada *British Official Singles Chart*, dan peringkat ke-2 pada *Billboard Hot 100* di Amerika Serikat selama 7 minggu berturut-turut.

Dalam penyebarannya, *Korean Wave* tidak terlepas dari pengaruh globalisasi dan pada dasarnya nilai-nilai sejarah yang terkandung dalam *korean wave* yang akhirnya mendorong keberhasilannya di dunia global. Salah satu tulisan yang membahasnya adalah Cho Hae Jong dalam *Reading the "Korean Wave" as a Sign of Global Shift* (2005: 153-167). Dalam tulisannya tersebut, ia melihat *Korean Wave* dari tiga perspektif, yaitu perspektif nasionalis, neoliberalis, dan pos-kolonialis.

- a. Perspektif pertama yaitu nasionalis, ia menilai bahwa dorongan untuk mengembangkan kebudayaan Korea merupakan sebuah reaksi

terhadap rasa nasionalisme terhadap negaranya. Hal ini didukung dengan adanya krisis ekonomi yang sempat melanda Korea pada tahun 1997. Selain itu, Cho Hae Jong juga menjelaskan rasa nasionalisme ini juga timbul akibat rasa anti Jepang dan juga anti Amerika pada masa kolonialisme.

- b. Perspektif kedua, yaitu neoliberal. Perspektif ini menggambarkan *Korean Wave* sebagai sebuah orientasi pasar. Dalam perkembangannya *Korean Wave* tidak lagi hanya melibatkan drama, film, dan musik Korea saja, tetapi juga makanan, alat-alat elektronik, dan juga make-up.
- c. Perspektif ketiga, adalah pos-kolonialisme. Melalui perspektif ini, *Korean Wave* dilihat sebagai sebuah hasil dari proses modernisasi, kapitalisme, dan juga homogenisasi kebudayaan global. Ia melihat bahwa pada dasarnya perkembangan *Korean Wave* tidaklah lepas dari perkembangan budaya dan nilai-nilai barat yang masuk ke Asia terutama Korea, dan dilokasikan sesuai dengan kebudayaan Korea itu sendiri.

Tulisan lainnya yaitu *Introduction to Three Asian: South Korea, Korea's in Between* oleh Jina Kim menjelaskan bahwa faktor-faktor sejarah yang dialami oleh Korea merupakan sebuah faktor pendorong Korea untuk mengembangkan nilai-nilai budaya yang dimiliki dalam sebuah drama dan filmnya. Ia menjelaskan secara lebih lanjut bahwa posisi Korea yang selalu berada di bawah Jepang dan Cina secara sejarah budaya, karena kedua negara tersebut memiliki karakteristik yang lebih

signifikan dan lebih memiliki nilai jual yang lebih tinggi menjadi salah satu hal yang mendorong Korea Selatan dalam mengembangkan *Korean pop culture* nya. Adanya globalisasi dan juga rasa nasionalisme merupakan dua hal mengkonstruksikan kebijakan dan industri Korea untuk menyamakan posisi dengan dua negara tetangganya, yaitu Cina dan Jepang (<http://paradoxa.com/volumes/22/introduction-to-three-asias-s-korea>).

Kedua tulisan tersebut menilai bahwa ekspor budaya populer Korea ini tidak terlepas dari faktor-faktor sejarah yang sempat memberikan efek negatif terhadap Korea, seperti penjajahan yang dilakukan oleh Jepang, peran Amerika di Korea, dan juga krisis ekonomi yang terjadi di Korea yang membuat kondisi Korea terpuruk. Kondisi negatif yang pernah terjadi di Korea ini memberikan dampak positif terhadap Korea dengan menumbuhkan rasa nasionalisme yang kuat sehingga berhasil mendorong budaya populernya ke negeri-negeri orang dan sampai dikenal sebagai *Korean Wave*.

Melalui penjabaran di atas, dapat dilihat bahwa fenomena *Korean Wave* ini pada akhirnya akan memberikan kemajuan bagi Korea Selatan secara keseluruhan. Kesukaan terhadap drama Korea dan musik Korea akan mendorong para penggemar tersebut untuk mulai menyukai hal-hal lain dari Korea yang pada dasarnya mereka telah ketahui dari drama-drama tersebut. Pada akhirnya *Hallyu* atau *Korean Wave* menjadi budaya populer Korea yang tidak hanya berhubungan dengan drama, film, dan

musik saja, tetapi juga makanan Korea, gaya berpakaian Korea, dan sebagainya.

1. Awal Masuknya *Korean Wave* di Jepang

Berbeda dengan Cina dan Vietnam, kepopuleran *Korean Wave* di Jepang dimulai dengan ditayangkannya drama Korea *Winter Sonata / Fuyu no Sonata* (冬のソナタ) di stasiun televisi Jepang NHK pada April 2003 dan setelah itu ditayangkan kembali pada Desember 2003, dan pada musim panas 2004. Drama televisi Korea Selatan yang sangat digemari oleh masyarakat Jepang, khususnya oleh para wanita paruh baya atau ibu-ibu. Bae Yong-Joon sebagai aktor utama dalam drama televisi tersebut menjadi sebuah fenomena kebudayaan di Jepang. Pihak televisi NHK bahkan memberi subtitel dengan bahasa Jepang pada penayangan *Winter Sonata*, hal tersebut dilakukan supaya penonton dapat merasakan atmosfer dari film tersebut pada tahun 2005 (Korean Culture and Information Service, 2011: 23).

Di kalangan pers Jepang, fenomena ini memiliki banyak istilah, yaitu : The Yon-sama Syndrome, The Yoon-sama social Phenomion, The Yon-sama Religion, dan The Yon-sama Disease. Sesuatu seperti Sindrom Yon-sama ini tidak pernah terjadi pada masyarakat Jepang sebelumnya, sehingga banyak kritikus sosial, ahli sosiologi, dan psikolog yang berusaha menganalisis hal tersebut.



Gambar 4.1: Aktor Bae Yong Joon dan aktris Choi Ji Woo dalam drama *Winter Sonata* korean version. Sumber: (www.koreandrama.org/winter-sonata/)



Gambar 4.2 : Aktor Bae Yong Joon dan aktris Choi Ji Woo dalam drama *Winter Sonata* Japan version. Sumber : (<https://www.bs11.jp/drama/fuyunosonata/>)

Drama *Winter Sonata* yang berhasil tayang dan sukses melalui televisi Jepang NHK meraih pendapatan sekitar 3,5 milyar yen dari total pendapatan 105,4 milyar yen pada tahun 2003. Penjualan DVD dan video drama Korea Selatan ini juga mencapai angka yang fantastik, yakni sebesar 330.000 keping DVD dan 1.220.000 kopi novel dari drama tersebut yang berhasil terjual pada akhir Juni 2004. Kesuksesan *Fuyu no Sonata* di Jepang mendapat perhatian yang besar pula dari berbagai media Jepang, sehingga banyak acara televisi, koran dan majalah Jepang yang mulai membicarakan pengaruh *Korean Wave* di Jepang (Lee, 2010: 13).

Selain itu drama *Winter Sonata / Fuyu no Sonata* (冬のソナタ) dapat dilihat sebagai terobosan budaya pop Korea yang benar-benar dilihat posisinya di Jepang. Seorang *scholar* dari Jepang bernama Mitsuya Keiko menelaah survey mengenai drama *Winter Sonata / Fuyu no Sonata* (冬のソナタ) yang dilakukan oleh *The NHK Monthly Report on Broadcast Research* pada Desember tahun 2004, hasilnya menunjukkan bahwa 90% dari koresponden tahu mengenai film *Winter Sonata* dan 38% dari populasi di Jepang menyaksikan setidaknya satu episode dari Drama TV Korea, *Winter Sonata / Fuyu no Sonata* (冬のソナタ). Mitsuya juga beranggapan bahwa sebagian besar dari koresponden dan masyarakat Jepang lainnya memiliki ketertarikan baru terhadap Korea Selatan

(<https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/summary/200412/02.html>).

Berbicara tentang drama, Jepang juga mempunyai serial drama yang sangat populer yaitu *Tokyo Love Story*. Drama ini merupakan serial drama TV berdasarkan *manga* oleh Fumi Saimon, drama ini memberikan contoh yang baik untuk berpikir tentang fenomena budaya transnasional. Serial drama yang disiarkan oleh Fuji Television selama tiga bulan dari Januari hingga Maret 1991 menggambarkan cinta, persahabatan, dan karya orang-orang muda dengan latar belakang kota modern, Tokyo. Penayangan drama ini mendapatkan reaksi yang sangat baik terutama dari wanita muda di Jepang. Ketika diekspor ke Taiwan, Korea, dan Cina, drama tersebut memenangkan popularitas besar sebagai “Drama Idol Jepang”.

2. Penolakan Publik Jepang Terhadap Produk Budaya Korea Selatan

Fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave* yang popularitasnya menyebar di lingkungan internasional mendapatkan respon yang positif dari masyarakat Cina dan Taiwan, namun tidak untuk masyarakat Jepang yang memang telah lebih dahulu terkenal kebudayaannya. Mengingat perbedaan-perbedaan terhadap persepsi sejarah yang mengakibatkan adanya sentimen sosial di masyarakat antara Jepang dan Korea Selatan yang berlangsung lama. Kendati mulai ada sebagian masyarakat Jepang generasi baru yang melihat

permasalahan ini dari persepsi yang berbeda dan bersikap lebih terbuka, tetapi sebagian lain dari masyarakat Jepang masih bersifat kaku terhadap masyarakat Korea. Mereka melihatnya tidak hanya dari persepsi sejarah, tetapi juga konflik kekinian yang dialami Jepang dan Korea Selatan seperti masalah perebutan pulau Takeshima/Dokdo di laut Jepang.

Masyarakat Jepang yang bersifat anti-Korea ini dapat bersikap rasial dan kasar terhadap penduduk Korea yang ada di Jepang. Pada bulan Desember tahun 2010, gerakan anti Korea ini melakukan demonstrasi di sebuah sekolah dasar di daerah Kyoto yang murid-muridnya sebagian besar adalah keturunan Korea. Gerakan demonstrasi itu menyebut penduduk Korea sebagai kecoa dan menyuarakan keinginan mereka agar penduduk Korea meninggalkan Jepang (<https://www.nytimes.com/2010/08/29/world/asia/29japan.html>).

Beberapa gerakan-gerakan penolakan *Koren Wave* muncul di Jepang, ada yang dalam bentuk produksi budaya pop yang mencemooh *Korean Wave* salah satunya dalam bentuk Komik yang terkenal berjudul *Ken-karyu* atau *Hating Korean Wave*. Komik ini terbit pada tahun 2005 dengan penulis yang sampai saat ini tidak diketahui nama aslinya. Nama penulis disamarkan dengan nama samaran Yamano Sharin (Sakamoto, 2007: 3).

Dalam tulisannya, Sakamoto menceritakan *Hatting Korean Wave* adalah kisah tentang Kaname, seorang mahasiswa tahun pertama, Itsumi (pacarnya), Zainichi (seorang anggota dari “Komite Investigasi Asia Timur” di universitas mereka, dan Koichi (penduduk Korea). Kaname awalnya percaya cerita penindasan Jepang dari Korea yang dijajah seperti yang diajarkan di sekolah dan mengkritik kakeknya yang pernah bekerja untuk pemerintah kolonial di Korea. Keyakinan Kaname oleh kata-kata terakhir kakeknya bahwa “Jepang berkontribusi pada pengembangan Korea”. Bingung, Kaname memutuskan untuk bergabung dengan kelompok sejarah saat memasuki universitas dan memulai pencariannya untuk ‘kebenaran’ tentang hubungan Korea dan Jepang. Di setiap bab mereka memperdebatkan tentang perbedaan pandangan sejarah. Tokoh utama dari komik ini mendeskripsikan lawannya memiliki pandangan *mashochistic* tentang sejarah.



Gambar 4.3 : Cover komik Kenkanryu

Sumber: (Jurnal “Hating ‘The Korean Wave’ Comic Books: A sign of New Nationalism in Japan?”, 2007)

Komik ini kemudian dicetak sebanyak 7800 kopi termasuk sekuelnya dan telah habis terjual pada Oktober 2007. Publikasi komik dalam jumlah besar dan habis terjual menjadi topik pembahasan tidak saja di Jepang tetapi juga di luar Jepang.

Salah satu bentuk penolakan Jepang adalah ditolaknya beberapa penyanyi asal Korea di Jepang. Salah satunya adalah wanita asal Korea yang dijadwalkan konser di Jepang, tidak jadi datang ke Jepang dikarenakan situasi konflik antara Jepang dan Korea mengenai pulau Takeshima/Dokdo sedang memanas. Wabah *Korean Wave* dirasa cukup oleh masyarakat Jepang, kemudian pada tanggal 7 Agustus

2011 di depan salah satu stasiun penyiaran terkemuka Jepang, Fuji TV, melaporkan terdapat sekitar 500 demonstran yang melakukan aksi protes menolak penayangan drama Korea. Kemudian para demonstran melakukan aksinya kembali pada tanggal 21 Agustus 2011. Gerakan ini didukung oleh kaum nasionalis Jepang (<http://travel.cnn.com/seoul/life/anti-korean-wave-japan-turns-political-141304/>).

B. Faktor diterimanya *Korean Wave* oleh Masyarakat Jepang

Adanya kelompok masyarakat yang sentimen terhadap produk budaya Korea, bahkan gerakan-gerakan anti Korea ternyata tidak begitu mempengaruhi jalan masuknya *Korean Wave* ke Jepang. Proses globalisasi yang didukung oleh teknologi yang semakin canggih, tentunya mempermudah *Korean Wave* dalam penyebarannya. Dalam bagian ini peneliti akan memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya *Korean Wave* di Jepang.

Pada bab sebelumnya peneliti telah memaparkan lima arus utama proses globalisasi (Appadurai dalam Giddens, 2011: 590), yaitu *Ethnoscapes*, *Technoscapes*, *Financescapes*, *Mediascapes*, dan *Ideoscapes*. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan mengambil tiga arus utama dalam proses globalisasi, yaitu *Ethnoscapes*, *Financescapes*, dan *Mediascapes*. Hal tersebut dikarenakan telah terjadi di Jepang mulai dari

pergerakan manusia, pergerakan ekonomi, sampai kepada pergerakan media yang telah mempengaruhi masuknya *Korean Wave* ke Jepang.

1. *Ethnoscapes*

Ethnoscapes secara singkat dapat dikatakan sebagai ruang pergerakan manusia melintasi batas negara sebagai akibat dari proses globalisasi. Menurut Suryohadiprojo, perkembangan teknologi di Barat yang menghasilkan kapal-kapal bertenaga uap yang memungkinkan meluasnya daerah operasi, sehingga Jepang yang semula terletak di luar jalur lalu lintas internasional, sekarang menjadi daerah lalu lintas kapal-kapal (1982: 22). Hal ini terbukti dari sejarah Jepang tahun 1853, dimana orang Amerika Serikat bernama Komodor Mathew C. Perry dengan kapalnya mendekati pelabuhan Jepang dan menghendaki agar diizinkan untuk membuat perjanjian dengan negaranya. Kemudian Perry baru mendapatkan persetujuan berikut di tahun berikutnya.

Pergerakan manusia juga terjadi dari dalam Jepang ke luar Jepang. Melalui pernyataan Cullen (2003: 205) bahwa, Iwakura menjalankan misi mengambil setengah dari tokoh politik penting untuk pergi ke luar negeri selama beberapa tahun dan menjalankan misi membawa serta lima puluh pemuda yang akan belajar di luar negeri.

Dengan adanya globalisasi segala hal menjadi mudah termasuk dalam hal bepergian ke luar negeri membuat Jepang ikut mengalami pergerakan manusia. Didukung oleh mobilitas yang tinggi dari

angkutan transportasi yang semakin banyak, seperti: kereta api, pesawat terbang, kapal laut dan mobil.

Berikut ini merupakan tabel hubungan Jepang dan semenanjung Korea, terkait interaksi serta pergerakannya dengan Korea Utara dan Selatan.

Month	Japan-North Korea relations	Nuclear issue	South-North relations	North Korea's third-country relations
1	26 North Korea sends Japan a "memorandum" stating that the result of the DNA testing conducted by Japan on a bone fragment taken from the supposed remains of Megumi Yokota were determined to have been fabricated. On the same day, Japan announces in a statement by the MOFA press secretary that if North Korea continues to respond in a similiar manner, it would have no choice but to take "stringent measures."			
2	10 Japan sends to North Korea a document entitled "Coments on the 'Memorandum' from North Korea," refuting the "memorandum."	10 The Foreign Ministry of North Korea releases a statement announcing its decision to build nuclear weapons and to indefinitely halt its participation in the Six-		19-22 Wang Jiarui, minister of the International Department of the Communist Party of China (CPC) Central Committee visits North Korea

		Party Talks.		
3		2 North Korea issues a Foreign Ministry “memorandum” saying that it would no longer be restricted by the moratorium on launching ballistic missiles.		22-27 Premier Pak Pong Ju visits China
4	13 North Korea faxes a document to Japan repeating its former assertions. Japan sends back a counterargument on the same day. 27 Mr. Minoru Tanaka is Confirmed as the 16th abduction victim.		23 ROK Prime Minister Lee haechan meets with the president of the Praidium of the DPRK supreme People’s Assembly, Kim Young Nam (Bandung, Indonesia)	2-5 First Vice Foreign Minister Kang Sok Chu visits China 12-15 Former Indonesian President Megawati visits North Korea 21-25 Presidium of the DPRK Supreme People’s Assembly Kim Yong Nam visits Indonesia
5		11 Foreign Ministry spokesperson of North Korea announces in a statement that North Korea has completed the reprocessing of its spent nuclear fuel rods. 13 US-North Korea contact (New York)	16-19 South-North vice-ministerial level talks (Kaesong, North Korea)	
6			14-16 June 15 Inter-Korean Joint Festival (Pyongyang) 17 South Korean Minister of	

			<p>Unification Chung Dong Young meets with Chairman of the National Defense Commission Kim Jong-II (Pyongyang)</p> <p>21-24 The 15th South-North ministerial- level conference (Seoul)</p>	
7		<p>9 US-North Korea contact (Beijing)</p> <p>26-8/7 First phase of the fourth round of the Six- Party Talks (Beijing)</p>	<p>9-12 Tenth Inter- Korean Economic Cooperation Promotion Committee Meeting (Seoul)</p>	<p>12-14 State Councilor of China Tang Jiaxuan vivits north korea</p> <p>25 Foreign Minister Paek Nam-sun meets with Prime Minister Thaksin of Thailand (Bangkok)</p> <p>28-30 Foreign Minister Paek Nam-sun visits Laos</p>
8	<p>7 A Japan-North Korea consultation is held during the fourth round of the Six- Party talks (Beijing).</p>		<p>14-17 August 15 Grand National Festival for Independence , Peace and Reunification (Seoul)</p>	<p>14-17 Pulikovskii, the Plenipotentiary Representative to the Far Eastern Federal District of the Russian Federtion, visits North korea</p> <p>27-29 Wu Dawei, Vice Foreign Minister of China, bisits North Korea</p> <p>27-30 Foreign Minister Kantathi of Thailand visits North Korea</p> <p>30-9/2 US delegation headed by Congressman Leach visits North Korea</p>

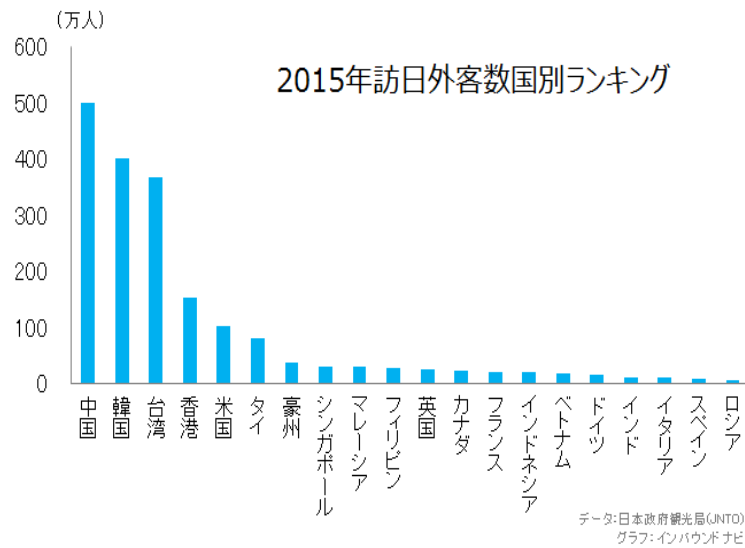
9	13-19 A Japan-North Korea consultation is held during the fifth round of the Six-Party talks (Beijing). 20 An agreement to resume the Japan-North Korea governmental consultations is announced.	13-19 Second phase of the fourth round of the Six-Party Talks (Beijing)	13-16 The 16th Inter-Korean Ministerial Talks (Pyongyang)	27-10/1 Vietnamese Deputy Foreign Minister Binh visits North Korea
10			28 Eleventh Inter-Korean Economic Cooperation Promotion Committee Meeting, opening of the Consultation Office of North-South Economic Cooperation (Kaesong)	8-11 Chinese Vice-Premier Wu Yi visits North Korea 9-11 Pulikovskii, the Plenipotentiary Representative to the Far Eastern Federal District of the Russian Federation, visits North Korea 13 Former Indonesian President Megawati visits North Korea 17-20 Governor Richardson of new Mexico, US, visits North Korea 28-30 Chinese President Hu Jintao visits North Korea
11	3-4 Japan-North Korea governmental consultation (Beijing)	9-11 First phase of the fifth round of the Six-Party Talks (Beijing)		5-8 Russian Deputy Minister of Foreign Affairs Alexeyev visits North Korea
12	24-25 Japan-North Korea governmental consultation (Beijing)		13-16 The 17th Inter-Korean Ministerial Talks (Jeju)	13-15 WFP Executive Director Morris visits North Korea

Tabel 4.1 hubungan Jepang dan semenanjung Korea, terkait interaksi serta pergerakannya dengan Korea Utara dan Selatan. Sumber: (Japan's Regional Diplomacy, Korean Peninsula, Japan's Diplomatic Bluebook 2006)

Dari tabel di atas, dapat dilihat adanya interaksi dan suatu pergerakan antara Jepang dan Korea Selatan yang semakin terlihat. Adanya pergerakan seperti, Jepang mengirimkan dokumen ke Korea Selatan dan mengadakan konsultasi, menunjukkan bahwa Jepang dan Korea memiliki kepentingan bersama bagi kedua negara dalam menangani keadaan di semenanjung Korea.

Kegiatan pada tabel 4.1 yang dilaksanakan antara Jepang dan Korea dibuka dengan perayaan besar yang diadakan di Tokyo dan Seoul. Bersamaan dengan meledaknya popularitas budaya pop Korea Selatan atau dikenal juga dengan *Hallyu* yang diisi dengan lagu-lagu pop Korea Selatan dan Jepang, dapat dilihat bahwa ketertarikan antara Jepang dan Korea Selatan pada masing-masing budaya mengalami peningkatan dibandingkan pada waktu sebelumnya.

Pergerakan manusia juga terlihat dari jumlah kunjungan turis ke Jepang pada tahun 2015, didukung dari data kunjungan turis ke Jepang yang dibuat oleh *Japan National Tourism Organization* atau *Nihon Seifu Kankou Kyoku* (日本政府観光局), hasil data menunjukkan kunjungan terbanyak kedua berasal dari Korea



Grafik 4.1 : Jumlah Wisatawan Asing di Jepang
Sumber: (www.inboundnavi.jp)

Dari gambar grafik 4.1 dapat terlihat bahwa terdapat pergerakan manusia melalui kunjungan wisata khususnya Korea ke Jepang dan interaksi masyarakat antarnegara yang semakin meningkat membuat mobilitas di antara kedua negara juga meningkat, dan salah satu penyebab peningkatan interaksi antar masyarakat ini adalah karena adanya perkembangan kebudayaan.

Di dalam buku *Diplomacy Bluebook* (2006) dijelaskan juga mengenai pergerakan Jepang dan Korea Selatan, salah satunya dalam rangka mendukung peningkatan perubahan hubungan *people-to-people* pemerintah Jepang dan Korea Selatan dengan meningkatkan jumlah penerbangan antara Bandar Udara Haneda di Jepang dan Gimpo di Seoul dari empat penerbangan dalam sehari menjadi delapan penerbangan dalam sehari sejak 1 Agustus 2005. Selanjutnya

Jepang juga memberikan visa *waiver* (visa bebas ke Jepang) bagi Korea Selatan selama World Exposition, Aichi, Jepang (EXPO 2005). Visa ini mempunyai jangka waktu dan secara tentative diperpanjang hingga Februari 2006 setelah itu menjadi permanen pada bulan Maret. Kemudahan dalam mengakses visa di antara kedua negara ini kemudian diikuti dengan perkembangan peningkatan kunjungan masyarakat antar kedua negara.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa faktor diterimanya *Korean Wave* di Jepang adalah tingginya mobilitas melalui kunjungan wisata di Jepang.

2. *Financescapes*

Financescapes secara singkat dapat dikatakan sebagai ruang pergerakan uang yang melintasi batas-batas negara sebagai akibat dari proses globalisasi. Berbicara tentang uang maka dikaitkan dengan perekonomian di Jepang.

Dalam kepentingan ekonomi, pada tahun 2005 perdagangan diantara Jepang dan Korea Selatan meningkat, investasi antar kedua negara juga berada pada level teratas. Berikut ini merupakan tabel hubungan ekonomi Jepang-Korea Selatan dalam ekspor-impor dari tahun 1996 hingga tahun 2005.

Japan-ROK Economic Relations

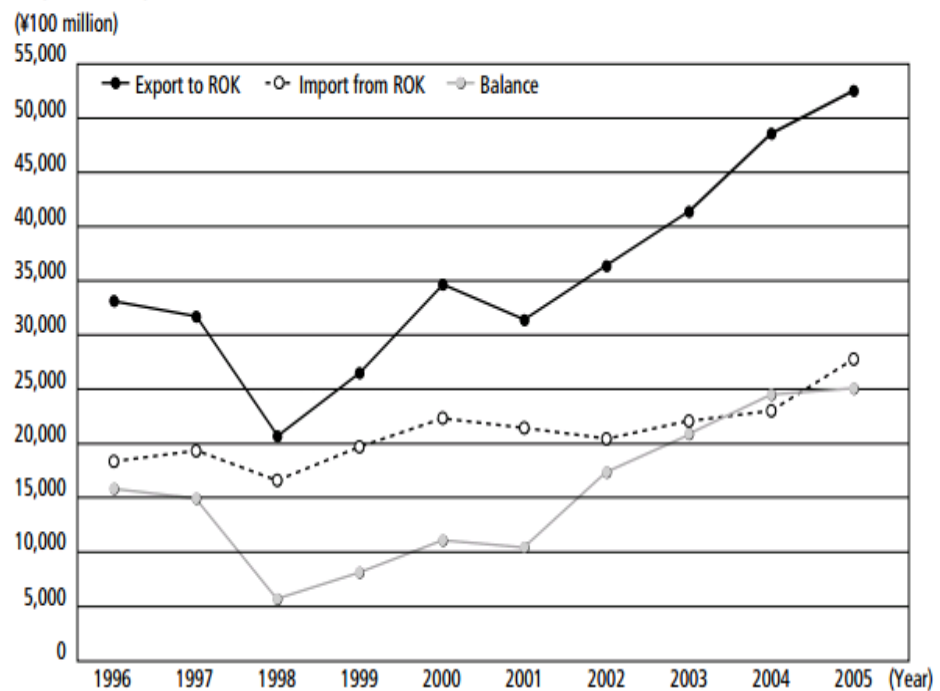
Amount of Japan's trade with the ROK

Unit: ¥100 million

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Export to ROK	31,923	31,532	20,045	26,062	33,088	30,719	35,724	40,225	47,851	51,434
Import from ROK	17,353	17,628	15,772	18,243	22,047	20,884	19,368	20,712	23,834	26,962
Balance	14,570	13,905	4,273	7,819	11,040	9,835	16,357	19,513	24,017	24,472

Source: Ministry of Finance.

Note: The import value and balance for 2005 are preliminary figures. Since the figures have been rounded off, the calculation between the import and export value may not necessarily match the balance.



Tabel 4.2 hubungan ekonomi Jepang-Korea Selatan dalam ekspor-impor dari tahun 1996 hingga tahun 2005.

Sumber: (Ministry of Foreign Affairs, Japan's Diplomatic Bluebook 2006)

Dari tabel dan grafik 4.2 dapat dilihat dari aspek ekonomi, Jepang dan Korea Selatan memiliki hubungan yang baik. Terlihat kenaikan berkala jumlah impor dan ekspor antara Jepang dengan Korea Selatan sejak tahun 2002. Hal ini dijadikan sebagai kepentingan ekonomi dan menjadi salah satu alasan bagi pemerintah Jepang dan Korea Selatan untuk menjalin hubungan yang lebih baik. Jika dikaitkan dengan

adanya *Korean Wave* di Jepang yang mulai dirasakan sejak 2002, maka dapat dikatakan adanya *Korean Wave* di Jepang dipengaruhi oleh perekonomian.

3. *Mediascapes*

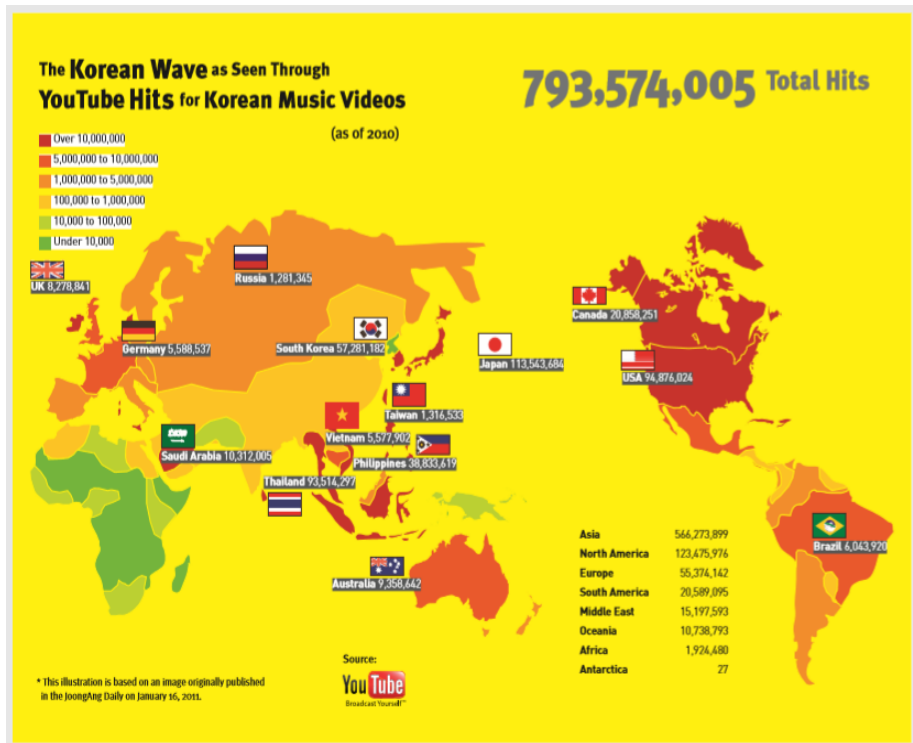
Mediascapes secara singkat dapat dikatakan sebagai ruang pergerakan imaji melalui berbagai media sebagai akibat dari proses globalisasi. Yang terlibat disini adalah distribusi kapabilitas elektronik untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi (koran, majalah, televisi, studio pembuatan film).

Judika Margaretha dalam makalahnya yang berjudul *Trifecta Of Korean Wave* (2014 : 17) menjelaskan bahwa, penggunaan media massa oleh Korea bukan hanya menggunakan media konvensional seperti televisi yang dulu digunakan untuk mendistribusikan drama, film, dan musiknya. Pada *Vision 21 for The Cultural Industries in a Digital Society* (2001) penggunaan media beralih ke digital dimana *society* yang ada didalamnya juga tergabung dalam satu wilayah digital yang biasa disebut sebagai kampung global, sehingga banyak orang yang dapat mengakses tontonan tersebut. Contohnya saja pada music video Korea di Youtube yang diakses oleh berbagai negara. Internet dan media sosial memegang andil besar dalam penyebaran *Korean Wave* ini dan akhirnya membawa fenomena ini ketingkat yang baru.

Teknologi yang semakin canggih diikuti oleh perkembangan *YouTube, Facebook, dan Twitter* mendistribusikan *Korean Wave* secara lebih meluas. Tak heran masyarakat di Jepang misalnya, dapat menonton penampilan grup musik Korea dan mendengarkan lagunya walaupun album mereka tidak pernah dirilis maupun membuat konser disana. Internet merupakan media baru yang sangat berpengaruh di seluruh dunia. Para *manager* grup musik Korea memanfaatkan hal tersebut dan membuat *channel* di Youtube. Seperti yang dilakukan manajemen grup *Girls Generation* dan *Bigbang* di *channel* Youtube.

Website *K-Pop* berbahasa Inggris terbesar, *Allkpop.com, Soompi.com, dan PopSeoul.com* mendapatkan *traffic* lebih besar daripada website portal musik lokal seperti *M.net* dan *Melon*. *Allkpop.com* mandapatkan *hits* 3 juta dan 70 juta *page view*/bulan. Pengunjung website 40% justru besar dari Amerika Serikat. Seiring dengan meningkatnya popularitas *Korean Wave* lewat internet, semakin banyak penggemar di Youtube yang meniru gaya tarian artisnya dan mengunggahnya ke Youtube (*Korean Culture and Information Service, 2011: 50*).

Berikut ini grafik yang menunjukkan penggunaan Youtube untuk *Korean Music Video* pada tahun 2010 :



Grafik 4.2: penggunaan Youtube untuk *Korean Music Video* pada tahun 2010. Sumber: (*The Korean Wave – A New Pop Phenomenon*)

Perhatian masyarakat pada *Korean Wave* di Jepang melalui media informasi penyiaran seperti pada grafik 4.2 kemudian meluas ke berbagai bentuk media informasi lainnya seperti majalah atau surat kabar yang membuat laporan terkait isi dari program acara Korea di televisi.

Peran media yang mendorong kepopuleran *Korean Wave* menyebabkan banyaknya *boyband* dan *girlband* yang telah populer di Korea juga para agensi penyanyi Korea menjadi tertarik untuk melakukan debut di Jepang. Hal itu didasari oleh antusias penggemar

Jepang dan harga jual album-album yang lebih tinggi di bandingkan di Korea. Salah satu *boyband* Korea yang debut di Jepang baru-baru ini adalah “Seventeen”. Pada sebuah media di Korea disebutkan bahwa Seventeen melakukan debut di Jepang dan mendapat banyak perhatian dari para penggemarnya bahkan menantikan album perdana mereka dalam bahasa Jepang (<https://koreanindo.net/>).



Gambar 4.4 Berita tentang *Boyband* ‘Seventeen’ debut di Jepang
Sumber: (https://twitter.com/pledis_17jp/)

Hal ini menunjukkan bahwa media informasi Jepang, baik dalam bentuk penyiaran seperti saluran televisi atau majalah dan surat kabar memiliki peran penting dalam masuknya kebudayaan populer Korea Selatan ke Jepang. Hal ini membuktikan bahwa peran media juga termasuk sebagai salah satu faktor diterimanya *Korean Wave* di Jepang bahkan di seluruh dunia.

C. *Korean Wave* Sebagai Bentuk Diplomasi Korea Selatan

Pemerintah Korea Selatan mulai membangun *Korean Wave* sebagai bagian dari diplomasi publiknya sejak tahun 2005. Tujuan dari *Korean Wave* menjadi bagian dalam diplomasi kebudayaan Korea adalah memperkenalkan Korea ke masyarakat internasional. Hal ini dijelaskan dalam *Principal Goals and Directions of Korean Cultural Diplomacy* pada tahun 2007, terdapat dua hal sasaran utama dari kebijakan diplomasi kebudayaan ini, yaitu:

1. Mendorong kerjasama dengan negara-negara lain melalui pertukaran budaya
 - a. Mendukung berbagai program pertukaran budaya yang dilaksanakan baik oleh pemerintah dan non pemerintah yang akan membuat fondasi yang kuat dalam kerjasama Korea dengan negara-negara lainnya.
 - b. Dalam era globalisasi ini, program pertukaran budaya tidak akan hanya membantu Korea dalam meningkatkan identitas kebudayaan nasionalnya saja, tetapi juga akan membantu meningkatkan kesadaran ataupun pengetahuan dan apresiasi masyarakat dari budaya yang berbeda di seluruh dunia.
2. Memperkuat daya saing nasional melalui peningkatan citra nasional
 - a. Keberadaan budaya yang telah menjadi salah satu kunci utama dalam abad ke-21, efek ekonomi dari industri budaya dengan nilai tambah yang diberikan dalam bisnis sekarang ini mulai

dievaluasi kembali. Upaya diplomatik dalam isu budaya ini pada akhirnya akan memberikan kontribusi untuk meningkatkan citra nasional Korea di mata internasional yang nantinya akan memberikan kontribusi untuk memperkuat daya saing keseluruhan dari seluruh masyarakat internasional.

Melalui dua sasaran utama diplomasi budaya di atas, pemerintah Korea akan melaksanakannya dengan beberapa strategi pelaksanaan, yaitu: melaksanakan aktivitas promosi dan budaya secara komprehensif dan sistematis, mendirikan dan mengembangkan strategi promosi dan budaya khusus disesuaikan dengan negara ataupun daerahnya, memperkuat kemitraan dengan organisasi lokal serta perusahaan Korea di luar negeri, memperluas program budaya berorientasi masa depan, dan berpartisipasi aktif dalam organisasi internasional. Melalui kebijakan tersebut, jika dikaitkan dengan teori tujuan diplomasi publik oleh Holsti pada bab sebelumnya, maka Korea berupaya mendorong film-film Korea dan juga drama Korea ke negara-negara luar untuk memperkenalkan budaya Korea sebagai tujuan diplomasi publiknya. Hal ini juga menunjukkan keseriusan pemerintah Korea dalam mendorong *Korean Wave* sebagai bagian dalam aktivitas diplomasi publiknya.

Terdapat dua organisasi Korea yang berperan penting dalam memperkenalkan *Korean Wave* baik itu ke masyarakat domestik negara maupun ke masyarakat internasional. Kedua organisasi itu adalah *Korean Tourism Organization* (KTO) dan *Korean Foundation For International*

Cultural Exchange (KOFICE). Keduanya bergerak di bawah Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata.

1. **KTO (*Korean Tourism Organization*)**

KTO didirikan oleh menteri kebudayaan Korea Selatan dan mempunyai tujuan untuk mempromosikan Korea Selatan melalui sektor pariwisata. Organisasi ini didirikan pada tahun 1962 sebagai sebuah perusahaan investasi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata Korea Selatan berdasarkan pemberlakuan undang-undang promosi pariwisata Korea Selatan serta bertanggung jawab dalam meningkatkan wisatawan ke Korea (www.kto.visitkorea.or.kr).

Sejak tahun 2005, berdasarkan *Diplomatic White Paper* tahun 2006 Korean Wave menjadi bagian dari Diplomasi Publik Korea Selatan. Sejak saat itu *Korean Wave* / *Hallyu* juga dilibatkan dalam mempromosikan pariwisata Korea Selatan. Beberapa program tahunan KTO dalam mempromosikan pariwisata Korea Selatan ke Jepang dengan melibatkan Hallyu adalah Visit Korea 2010-2012.

Dalam mempromosikan Korea Selatan ke Jepang, KTO melakukan promosi ini dengan cara melalui media internet *Youtube*. Dalam video berdurasi 32 detik tersebut, tampak salah satu Bintang *Hallyu* yang terkenal di Jepang, yaitu aktor Bae Young Joon

dan video tersebut juga menggunakan Bahasa Jepang agar mudah dipahami oleh masyarakat Jepang (<http://www.youtube.com/>).

Dari data yang didapatkan oleh penulis mengenai program pemerintah dalam melakukan diplomasi kebudayaannya ke Jepang dapat dikatakan bahwa KTO melakukan kegiatan diplomasi ke Jepang dengan cukup serius.

2. **KOFICE (*Korean Foundation International Cultural Exchange*)**

KOFICE didirikan pada tahun 2003 bulan Juni di Seoul, dan mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan pengertian mengenai kebudayaan disetiap negara melalui pertukaran budaya dan bertindak dalam pertukaran ahli untuk membuka jalannya sebuah kerjasama dalam membentuk sebuah fondasi dalam pertukaran budaya dan juga kerjasama antar bangsa (<http://english.kofice.or.kr/kofice/greetings.asp>).

Hal tersebut dapat dilakukan dalam bidang edukasi, pertukaran budaya internasional. Dalam bidang pertukaran kebudayaan ke Jepang, KOFICE melakukan pertukaran program acara yaitu program acara yang bernama “I Am a Singer”. Program acara ini telah disiarkan di KNTV (TV kabel) pada bulan Mei sehingga masyarakat dunia dapat menikmati program acara tersebut, namun dengan melihat bagus nya rating acara tersebut di Jepang maka KOFICE memutuskan untuk menjadikan program tersebut sebagai program yang diekspor ke Jepang. Program “I am a singer” merupakan program acara dalam

bentuk kuis, untuk mengukur peserta kuis mengenai pengetahuannya tentang *K-Pop*

(http://webzine.kofice.or.kr/201108/eng/sub_03_04.asp).

Pertukaran budaya yang dilakukan melalui KOFICE salah satunya yaitu pertukaran budaya melalui konten. Hal ini dilakukan melalui pertukaran drama Korea, film, dan dokumentasi (www.kofice.or.kr). Dengan adanya pertukaran tersebut maka Korea Selatan juga harus siap dengan masuknya konten budaya dari negara lain.

Dalam Pertukaran budaya membutuhkan peran media untuk mempromosikan terlebih dahulu tentang budaya yang dimiliki. Maka dari itu salah satu cara KOFICE dalam melakukan tugasnya yaitu dengan cara mengumpulkan beberapa perwakilan media dari beberapa negara untuk melihat langsung kebudayaan yang dimiliki Korea Selatan. Sebagai contoh, pada tahun 2006 awak media diundang oleh KOFICE untuk meliput dan melakukan wawancara terhadap Byunghoon Lee seorang produser drama serial *Hallyu Dae Jang Geum*. Hal ini terus dilakukan tiap tahunnya melalui program *World Culture/press opinion leaders invitation program*.

Pertukaran budaya tersebut juga melibatkan para ahli dalam bidang budaya, guna mengkaji *Hallyu* dan menjadikan *Hallyu* sebagai salah satu bahan kajian yang pantas di usung, sehingga hasil akhir dari hal tersebut juga dapat mempengaruhi opini masyarakat lain. Selain itu KOFICE juga mengadakan berbagai macam festival di negara-

negara Asia seperti Tiwan, Mongol, Hongkong, Vietnam, dan Jepang.

Festival ini tentunya melibatkan para Bintang *Hallyu*.

Untuk mempermudah melihat model diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui *Korean Wave* di Jepang, peneliti menyimpulkannya melalui tabel berikut ini :

	Bentuk diplomasi Korea Selatan melalui <i>Korean Wave</i>	Tujuan
Aspek ekonomi	Melakukan kegiatan ekspor-impor produk budaya Korea dengan Jepang.	Meningkatkan hubungan antara Jepang dan Korea Selatan.
Aspek pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendirikan KTO (<i>Korean Tourism Organization</i>). 2. Mempromosikan Korea Selatan ke Jepang oleh bintang <i>Hallyu</i> yang terkenal di Jepang melalui video di <i>Youtube</i> dengan bahasa Jepang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik minat kedatangan masyarakat asing ke negara Korea Selatan. 2. Meningkatkan apresiasi masyarakat Jepang mengenai Korea Selatan dan membangun citra positif Korea Selatan.
Aspek budaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendirikan KOFICE (<i>Korean Foundation International Cultural Exchange</i>). 2. Mengekspor program acara "I am a singer". 3. Mendorong drama Korea dan musik Korea ke 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka jalan sebuah kerjasama antar bangsa. 2. Meningkatkan pengertian mengenai kebudayaan Korea Selatan. 3. Memperkenalkan budaya Korea

	negara-negara luar (khususnya negara Jepang).	Selatan ke seluruh negara.
--	---	----------------------------

D. Reaksi Pemerintah Jepang

Fenomena masuknya *Korean Wave* ke Jepang melalui institusi-institusi penyiaran berdampak pada kegiatan sosial dan ekonomi kedua negara. Sebagai sebuah negara yang memiliki rasa nasionalis yang tinggi serta adanya isu sentimen sosial di antara Jepang dan Korea Selatan, adanya produk-produk budaya pop Korea Selatan di Jepang menjadi sebuah hal yang cukup menarik untuk diteliti.

Republik Korea Selatan tidak hanya dekat secara geografis dengan Jepang tetapi juga berbagi nilai-nilai dasar demokrasi dan pasar ekonomi dan Korea Selatan merupakan *partner* yang sangat penting dalam hubungan politik, ekonomi, dan kebudayaan (*Japan's Diplomatic Bluebook*, 2012). Hubungan bilateral kedua negara ini berkembang dalam berbagai kerjasama yang sangat penting bagi perdamaian dan kemakmuran tidak hanya bagi Jepang atau Korea Selatan sendiri tetapi juga kawasan Asia Timur secara keseluruhan.

Jepang dan Korea Selatan mengalami hubungan yang tidak selalu berjalan mulus karena sejarah masa lalu dan beberapa persengketaan, seperti perebutan pulau Takeshima/Dokdo. Tetapi secara perlahan melalui upaya diplomasi kedua negara dan upaya peningkatan hubungan antar

masyarakat kedua negara, pemerintah Jepang mencoba melihat hubungan kedua negara ini dari aspek yang lebih luas dan menekankan pada pentingnya hubungan damai antar kedua negara.

Pada tahun 2005 Korea Selatan dan Jepang mengalami periode yang cukup sulit terkait dengan permasalahan diantara kedua negara, salah satunya adalah karena *The Shimane Prefectural Assembly* melakukan aksi “*Takeshima Day*” pada 23 Februari 2005, hal ini menyebabkan meningkatnya sentimen anti-Korea Selatan. Menyikapi hal ini Presiden Korea Roh Moo Hyun dalam pidatonya menekankan bahwa:

“To further develop relations between the two of us, sincere efforts are needed on the part of the government and people of Japan” and Japan “need to find out the truth about its past, reflect on it, and make a genuine apology”.

Yang berarti, untuk lebih mengembangkan hubungan antara Jepang dan Korea, ketulusan diperlukan di pihak pemerintah dan orang Jepang, dan Jepang perlu mencari tahu kebenaran tentang masa lalunya, merenungkannya, dan membuat permintaan maaf yang tulus.

Terkait hal ini kemudian pemimpin kedua negara kemudian sepakat untuk meluncurkan kajian bersama mengenai sejarah Jepang-Korea Selatan dan buku teks sekolah sejarah akan diperbarui sejalan dengan upaya membangun fasilitas sebagai peringatan perdamaian dalam memperkuat hubungan Jepang dengan Korea Selatan untuk menjaga perdamaian terhadap masalah nuklir di Korea Selatan.

Dalam kegiatan perekonomian, selain dari ekspor-impor, kepentingan ekonomi Jepang dan Korea Selatan juga dapat dilihat melalui investasi asing diantara Jepang dan Korea Selatan. Investasi yang tinggi ini menjadi bagian dari kepentingan ekonomi Jepang di Korea Selatan. Melihat adanya nilai-nilai kepentingan di antara kedua negara, maka kemudian pemerintah Jepang mengupayakan adanya hubungan yang baik dengan Korea Selatan. Karena itulah kemudian keberadaan *Korean Wave* di Jepang ini tidak dilarang oleh pemerintah Jepang walaupun ada terdapat konflik perebutan pulau dan perbedaan sejarah. Sehingga kemudian, pemerintah Jepang juga melakukan hal-hal terkait dengan dukungan pada *Korean Wave* di Jepang untuk memacu interaksi positif antara masyarakat kedua negara.

Berdasarkan penjelasan mengenai kerjasama yang dilakukan oleh Jepang dan Korea, mengindikasikan pemerintah Jepang mendukung *Korean Wave* di Jepang. Karena dengan adanya *Korean Wave* di Jepang, situasi kerjasama antar masyarakat dan pemerintah menjadi lebih baik. Hal ini dipengaruhi karena adanya pandangan yang positif terhadap Korea Selatan melalui *Korean Wave* yang membuka interaksi antar masyarakat Jepang dan Korea Selatan.

E. Perkembangan *Korean Wave* di Jepang

Korean wave menjadi hal yang menarik di Jepang, karena Jepang merupakan negara yang tidak memiliki hubungan yang akrab dengan negara tetangganya, yaitu Korea Selatan. Perkembangan *Korean Wave* dirasakan oleh masyarakat Jepang saat pertama kalinya drama *Winter Sonata* ditayangkan di Jepang melalui salah satu televisi Jepang dan mendapatkan perhatian khusus dari para remaja dan wanita usia menengah di Jepang. Selain itu, dapat dikatakan popularitas *Korean Wave* di Jepang berdampak pada peningkatan wisata Jepang ke Korea Selatan karena ingin berkunjung ke lokasi pembuatan drama *Winter Sonata*. Organisasi Pariwisata Korea Selatan atau *Korea Tourism Organization* tahun 2009 mencatat sebanyak 71,9% kedatangan wisatawan asing bertujuan untuk berlibur di Korea Selatan, 43,4% diantaranya adalah wisatawan Jepang (Huang, 2009: 126).

Ketertarikan masyarakat Jepang terhadap *Korean Wave* yang terjadi pada wanita usia pertengahan ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* lebih diterima oleh generasi muda. Pada generasi usia pertengahan ini, pandangan masyarakat pada konflik yang terjadi mulai mengalami perubahan. Salah satu alasan yang menjadi daya tarik masyarakat Jepang terhadap *Korean Wave* adalah karena adanya kesamaan bentuk dan karakter *Korean Wave* dengan budaya populer Jepang.

Hallyu telah berhasil mempengaruhi masyarakat Jepang melalui beberapa kegiatan diplomasi. Hal ini dilihat dari adanya respon positif

masyarakat Jepang terhadap *Hallyu* serta kesediaan mereka untuk mengikuti perkembangan *Hallyu*. Beberapa kerjasama kebudayaan juga dilakukan oleh kedua negara melalui KOFICE dalam hal mengadakan konferensi dan ekspor impor konten kebudayaan dari kedua negara, seperti film, musik, ataupun program TV.

Festival *Hallyu*, konser *K-Pop*, penayangan *K-Drama* juga sering diadakan dan menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat di Jepang khususnya remaja. Contoh festival musik Korea yang dilaksanakan di Jepang diantaranya *KCON*, *Music Bank*, dan *Show Champion*. Perkembangan ini mendukung para penyebar *Korean Wave* seperti aktor/aktris dan penyanyi untuk melakukan debut dan melanjutkan karirnya di Jepang.

Interaksi antara Jepang dan Korea Selatan memperlihatkan sikap pemerintah Jepang yang tidak menghalangi *Korean Wave* di Jepang. Pemerintah Jepang membuka kesempatan bagi berbagai macam jaringan dan media yang membawa konten / produk budaya pop Korea Selatan ke Jepang. Dapat dikatakan, alasan pemerintah Jepang tidak menghalangi masuknya *Korean Wave* di Jepang adalah karena Jepang melihat peran *Korean Wave* sebagai salah satu jembatan interaksi masyarakat antara Jepang dan Korea Selatan. Interaksi masyarakat ini merupakan hal yang baik bagi perkembangan budaya Jepang dan Korea Selatan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Korean Wave merupakan menyebarnya budaya pop ataupun budaya populer Korea melalui media ke negara-negara lainnya. Penyebaran ini dimulai dengan penyebaran drama-drama Korea yang selanjutnya diikuti oleh musik, dan juga gaya hidup masyarakat Korea. Dari sejarah masa lalu dan isu yang membuat hubungan antara Jepang dan Korea Selatan menjadi kurang harmonis, *Korean Wave* hadir membuka peluang bagi kedua negara tersebut untuk membentuk sebuah hubungan yang lebih baik. Meskipun terjadi penolakan dan pembentukan kelompok anti Korea, nyatanya arus globalisasi berhasil mengantarkan *Korean Wave* ke Jepang hingga mencapai kepopulerannya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *Korean Wave* di Jepang yaitu, sikap pemerintah Korea Selatan, perekonomian, dan media.

Model diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui program *Korean Wave* di Jepang dapat dikatakan telah berhasil dijalankan dalam rangka mencapai tujuan untuk mencapai kepentingannya. Bentuk-bentuk diplomasinya disimpulkan menjadi tiga aspek, yaitu:

1. Aspek ekonomi. Diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui *Korean Wave* yaitu melakukan kegiatan ekspor-impor produk budaya dengan Jepang. Contohnya ekspor impor

drama dan musik ke Jepang. Tujuannya adalah meningkatkan hubungan antara Jepang dan Korea Selatan agar menjadi lebih baik dan harmonis.

2. Aspek pariwisata. Pemerintah Korea Selatan mendirikan KTO (*Korean Tourism Organization*) dan mempromosikan Korea Selatan ke Jepang oleh bintang *Hallyu* yang terkenal di Jepang melalui video di *Youtube* dengan bahasa Jepang. Hal ini dilakukan dengan tujuan menarik minat kedatangan masyarakat asing ke negara Korea Selatan serta meningkatkan apresiasi masyarakat Jepang dan membangun citra positif Korea Selatan.
3. Aspek budaya. Selain mendirikan KTO, pemerintah Korea Selatan juga mendirikan KOFICE (*Korean Foundation International Cultural Exchange*) dengan tujuan membuka jalan sebuah kerjasama antar bangsa. Mengekspor program acara “I am a singer” dan melaksanakan aktivitas promosi dan budaya dengan mendorong drama Korea dan juga musik Korea ke negara-negara luar untuk memperkenalkan budaya Korea turut menjadi tujuan diplomasi publiknya yaitu, meningkatkan pengertian dan memperkenalkan budaya Korea Selatan ke seluruh negara.

Melalui penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa budaya populer seperti *Korean Wave* dalam aktivitas diplomasi publik merupakan hal yang baru. Dalam penerapannya pun pemerintah Jepang tidak menghalangi masuknya *Korean Wave* karena Jepang melihat peran

Korean Wave sebagai salah satu jembatan interaksi masyarakat antara Jepang dan Korea Selatan. Interaksi masyarakat ini merupakan hal yang baik bagi perkembangan budaya Jepang dan Korea Selatan.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, salah satunya disebabkan oleh keterbatasan data yang penulis miliki. Peneliti juga ingin menyampaikan saran sebagai bahan masukan yang sekiranya dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Sebagai mahasiswa sastra Jepang yang mempelajari bahasa Jepang, sebaiknya tidak hanya mempelajari bahasanya saja, tetapi diharapkan juga untuk mempelajari tentang budaya, sejarah, dan hubungan antara negara-negara tetangganya. Supaya pengetahuan yang didapat menjadi luas dan pandai dalam segala aspek yang berhubungan dengan Jepang.
2. Diharapkan untuk perpustakaan STBA JIA Bekasi untuk lebih melengkapi buku-buku referensi bahasa Jepang yang berhubungan dengan budaya, sosial, kemasyarakatan, dan sejarah Jepang agar memudahkan para mahasiswa dalam penelitian berikutnya.
3. Untuk para peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini diharapkan mampu melengkapi kekurangan pada data-data

faktor diterimanya *Korean Wave* di Jepang yang penulis belum sempat temukan karena keterbatasan yang penulis miliki, agar lebih jelas memperlihatkan kemungkinan-kemungkinan dari fenomena yang akan terjadi selanjutnya.

DAFTAR ACUAN

- Cho Hae Joang. 2005. *Reading the "Korean Wave" as a sign of Global shift*.
- Daniell S. Papp. 1997. *Contemporary International Relations, Frameworks for Understanding*.
- Drs. Supartono Widyosiswoyo, M.M. 2004. *Ilmu Budaya Dasar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Effendi, Tonny Dian. 2011. *Diplomasi Jepang: Perkembangan dan Tantangan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Itsuo, Harasawa. 2013. 異文化理解入門. Tokyo: Kondansha, LTD.
- John Baylis dan Steve Smith. 2005. *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. United States of America: Oxford University Press.
- KJ. Holsti. 1987. *Politik Internasional*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Korean Culture and Information Service. 2011. *Contemporary Korea No.1 The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korea: Korean Culture and Information Service.
- Kurnia, Ahmad. 2014. *Metodologi Riset*. Bekasi: Reconiascript Self Publishing.
- Leonard, Mark. 2002. *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Marinescu, Valentina. 2014. *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound*. London: Lexington Books.
- Otmazgin, Nissim Kadosh. 2012. *Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia*. UK: Routledge.
- Rumi Sakamoto and Matthew Allen. 2007. "Hating „The Korean Wave'"'"' Comic Books: A sign of New Nationalism in Japan.
- Stanley J. Grenz. 2004. *(Pop) Culture: Playground of the Spirit or Diabolical Device?*. Institute for Theology of Culture.

Suryohadiprojo, Sayidiman. 1982. *Manusia dan Masyarakat Jepang dalam Perjoeangan Hidup*. Jakarta: UI-Press, 1982.

Suryokusumo, Sumaryo. 2004. *Praktik Diplomasi*. Depok: STIH IBLAM.

Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Youna kim. 2007. *The Rising East Asian 'Wave' Korean Media Go Global*. USA and Canada: Routledge.

<http://paradoxa.com/volumes/22/introduction-to-three-asias-s-korea>)

<http://globalpublicsquare.blogs.cnn.com/2014/07/17/ball-in-abes-court-with-japan-south-korea-ties/>)

Ida Ayu pawitra Sari. 2014. *Peran Korean Wave (Hallyu) dalam Perkembangan Kerjasama Kebudayaan Jepang-Korea*.

Tiara Putih Bastian. Juni 2013, *Penerimaan Korean Wave di Tengah Sentimen Anti Korea di masyarakat Jepang Pada 2003-2012*.

<http://lib.ui.ac.id/login.jsp?requester=file?file=digital/20349250-T35543-Tiara%20Putih%20Bastian.pdf>

Culture and Globalization <http://www.globalization101.org>

Cho Hae Joang. 2005. *Reading the "Korean Wave" as a sign of Global shift*. <http://music-ir.org/mirex/abstracts/2012/CK1.pdf>

Rumi Sakamoto and Matthew Allen. 2007. *"Hating „The Korean Wave'"'"' Comic Books: A sign of New Nationalism in Japan*. <https://apjif.org/-Rumi-SAKAMOTO/2535/article.html>

Stanley J. Grenz. 2004. *(Pop) Culture: Playground of the Spirit or Diabolical Device?*. Institute for Theology of Culture. [http://www.stanleyjgrenz.com/articles/\(pop\)culture.pdf](http://www.stanleyjgrenz.com/articles/(pop)culture.pdf).

RIWAYAT HIDUP PENULIS

SRI YULIANA, sering dipanggil dengan Ulil, Lillo. Lahir di Jakarta, pada tanggal 31 Juli 1995. Anak kedua dari lima bersaudara kandung. Saat ini, peneliti tinggal bersama Orangtua di Perum Telaga Murni Blok E23no43 Jl.Bougenville II RT 02 RW 08 Cikarang Barat, Bekasi 17520 . Email peneliti yaitu yulianasri8@gmail.com. Ketika SD bersekolah di SDN Telaga Murni 02 dan lulus pada tahun 2006, dan melanjutkan pendidikan ke SMPN 2 Cikarang Barat dan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan kembali ke SMAN 1 Cikarang Barat dan lulus pada tahun 2012, Kemudian pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA Bekasi dengan mengambil jurusan Sastra Jepang. Saya anggota aktif BEM STBA JIA sejak periode 2014 sampai dengan 2017, sekaligus menjadi wakil ketua BEM STBA JIA pada periode 2016-2017.

