

UPAYA *NATION BRANDING* KOREA SELATAN MEMANFAATKAN *KOREAN WAVE* MELALUI *IMAGINE YOUR KOREA* TAHUN 2016-2018

Fani Amelia Putri

Abstrak

Istilah dan kegiatan *nation branding* saat ini telah banyak digunakan dan dilakukan oleh negara-negara di dunia yang bertujuan untuk membentuk opini publik internasional terhadap suatu negara. Korea Selatan merupakan salah satu negara di kawasan Asia Timur yang terkenal akan budaya populernya yaitu *Korean Wave*. Namun seiring dengan menduniannya budaya Korea Selatan, hal tersebut belum cukup berpengaruh terhadap citra negara tersebut karena di tahun 2008 Korea Selatan mengalami penurunan peringkat pada *nation brand index*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya *nation branding* Korea Selatan dalam memanfaatkan *Korean Wave* di bidang pariwisata melalui program *Imagine Your Korea* tahun 2016-2018. Upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan peringkat Korea Selatan yang mengalami penurunan yang drastis dan meningkatkan jumlah wisatawan Korea Selatan yang juga mengalami penurunan karena adanya konflik dengan China. Korea Selatan melakukan upaya *nation branding* karena masih banyak publik internasional yang menganggap bahwa Korea Selatan dan Korea Utara merupakan negara yang sama. Dengan metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder, penelitian ini akan menganalisis bagaimana strategi pemerintah Korea Selatan dalam melakukan *nation branding* dalam bidang pariwisata melalui *tourism brand Imagine Your Korea*.

Berdasarkan konsep strategi *nation brand* oleh Keith Dinnie, Hasil Penelitian ini menunjukkan keberhasilan dalam upaya *nation branding* yang dilakukan Korea Selatan dalam membentuk identitas Korea Selatan sebagai negara tujuan wisata utama publik internasional dengan mempromosikan *Imagine Your Korea* yang memperlihatkan keindahan yang dimiliki Korea Selatan.

Kata Kunci : Korea Selatan, *nation branding*, *Imagine Your Korea*, pariwisata, *Korean Wave*

***SOUTH KOREA NATION BRANDING EFFORTS TO UTILIZE THE KOREAN
WAVE THROUGH IMAGINE YOUR KOREA IN 2016-2018***

Fani Amelia Putri

Abstract

The term and activity of nation branding has now been widely used and carried out by countries in the world with the aim of forming international public opinion against a country. South Korea is one of the countries in East Asia which is famous for its popular culture, namely the Korean Wave. However, in line with the globalization of South Korean culture, this has not sufficiently affected the country's image because in 2008 South Korea experienced a decline in its ranking on the nation brand index.

This study aims to analyze South Korea's nation branding efforts in utilizing the Korean Wave in the tourism sector through the 2016-2018 Imagine Your Korea program. These efforts were made to increase the ranking of South Korea, which experienced a drastic decline and increase the number of South Korean tourists, which also experienced a decline due to the conflict with China. South Korea is making nation branding efforts because there are still many international publics who think that South Korea and North Korea are the same country. With the method used is descriptive qualitative using primary and secondary data sources, this study will analyze how the South Korean government's strategy in carrying out nation branding in the tourism sector through the Imagine Your Korea tourism brand.

Based on the concept of a nation brand strategy by Keith Dinnie, the results of this study show the success in the nation branding efforts carried out by South Korea in shaping the identity of South Korea as a major tourist destination for the international public by promoting Imagine Your Korea which shows the beauty of South Korea.

Keywords : South Korea, Nation Branding, Imagine Your Korea, Tourism, Korean Wave