

**DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN TERHADAP  
INDONESIA STUDI KASUS : SM ENTERTAINMENT SEBAGAI  
AKTOR NON NEGARA DALAM MEMPROMOSIKAN  
KEBUDAYAAN K-POP DI INDONESIA**

**MUHAMMAD MULYANDA FAZRY  
NIM: 1710412007**

**Abstrak**

Penelitian ini berbicara tentang diplomasi budaya Korea Selatan memperkenalkan kebudayaan K-Pop melalui SM Entertainment sebagai aktornya yang merupakan bagian dari *soft power* negaranya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya dan *nation branding* atau citra negara, ditambah penggunaan metode kualitatif (*case study*) dengan jenis penelitian eksploratif dalam proses analisisnya. Dari penelitian ini, ditemukan bahwasanya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui SM Entertainment di Indonesia ditempuh melalui tiga bentuk kegiatan, yakni *exhibition*, *negosiasi* dan *penetrasi* juga berbagai bidang seperti *talent management*, produksi konten visual, *event production*, promosi, periklanan, *merchandising*, dan *mobile platform* pada kerjasamanya dengan Trans Media. Selain itu, kegiatan tersebut juga dapat membantu Korea Selatan dalam upayanya meraih keuntungan, dilihat dari adanya pencapaian-pencapaian di Indonesia, seperti adanya peningkatan promosi budaya, peningkatan citra negara, serta meningkatnya minat Indonesia terhadap kebudayaan tersebut.

**Kata Kunci:** Diplomasi Budaya, Indonesia, Korea Selatan, SM Entertainment, dan Trans Media.

**DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN TERHADAP  
INDONESIA STUDI KASUS : SM ENTERTAINMENT SEBAGAI  
AKTOR NON NEGARA DALAM MEMPROMOSIKAN  
KEBUDAYAAN K-POP DI INDONESIA**

**MUHAMMAD MULYANDA FAZRY  
NIM: 1710412007**

**Abstract**

*This study talks about South Korean cultural diplomacy introducing K-Pop culture through SM Entertainment as the actor who is part of the country's soft power in Indonesia. This study uses the concepts of cultural diplomacy and nation branding or state image, plus the use of qualitative methods (case studies) with explorative research types in the analysis process. From this research, it was found that the cultural diplomacy carried out by South Korea through SM Entertainment in Indonesia was pursued through three forms of activity, namely exhibition, negotiation and penetration as well as various fields such as talent management, visual content production, event production, promotion, advertising, merchandising, and a mobile platform in collaboration with Trans Media. In addition, this activity can also help South Korea in its efforts to gain profits, seen from the many achievements in Indonesia, such as increasing cultural promotion, improving the country's image, and increasing Indonesia's interest in this culture.*

**Keywords:** *Cultural Diplomacy, Indonesia, South Korea, SM Entertainment, and Trans Media.*