

**DIPLOMASI DIGITAL KOREA SELATAN DALAM
MEMPROMOSIKAN SEKTOR PARIWISATA MELALUI
KONTEN VIRTUAL TRAVEL DI YOUTUBE
KOREA TOURISM ORGANIZATION JAKARTA
TAHUN 2020-2021**

Oleh: Muhammad Ezra Ambiar Ganesha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas diplomasi digital yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam mempromosikan sektor pariwisatanya melalui konten *virtual travel* di YouTube *Korea Tourism Organization* Jakarta tahun 2020-2021 dengan menggunakan konsep diplomasi digital yang digagas oleh Bjola dan Jiang serta konsep pariwisata internasional. Diplomasi digital saat ini berkembang di era pesatnya teknologi digital sebagai metode diplomasi terbaru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder, yakni kegiatan wawancara dengan *Korea Tourism Organization* Jakarta dengan didukung sejumlah dokumen pendukung. Penelitian ini memiliki argumen utama yakni pengunggahan konten *virtual travel* oleh KTO Jakarta di akun YouTube resminya merupakan bentuk upaya diplomasi digital yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menyelamatkan sektor pariwisatanya. Konten ini mendapatkan sejumlah tanggapan positif dari masyarakat. Meskipun demikian, KTO Jakarta belum memaksimalkan upaya umpan balik atau *feedback* atas tanggapan positif dari masyarakat tersebut.

Kata Kunci: Diplomasi digital, KTO Jakarta, pariwisata, *virtual travel*

**SOUTH KOREA'S DIGITAL DIPLOMACY IN PROMOTING TOURISM
THROUGH VIRTUAL TRAVEL ON KOREA TOURISM
ORGANIZATION JAKARTA YOUTUBE 2020-2021**

By: Muhammad Ezra Ambiar Ganesha

ABSTRACT

This study aims to discuss South Korea digital diplomacy in promoting tourism through virtual travel on Korea Tourism Organization Jakarta YouTube in 2020-2021 using digital diplomacy concept initiated by Bjola and Jiang along with international tourism concept. Digital diplomacy is emerging as the newest diplomatic method in digital era. This study using descriptive qualitative method with primary and secondary data sources. In this mean, primary data sources using interview session with Korea Tourism Organization Jakarta with the support of secondary data sources consist of official documents and literatures. This study has a main argument that virtual travel content by KTO Jakarta on its official YouTube channel in 2020-2021 is a form of digital diplomacy by South Korea in order to recover their tourism sector that impacted by COVID-19. Virtual travel content by KTO Jakarta in 2020-2021 received numerous positive responses from the public. Nonetheless, KTO Jakarta has not maximized the feedback to public responses.

Keywords: *Digital diplomacy, KTO Jakarta, tourism, virtual travel*