

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Korea Tourism Organization (KTO) Jakarta Periode 2017-2022” telah memaparkan bagaimana upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dengan KTO Jakarta sebagai pelaksananya, melalui berbagai program kerja, *event*, konten dan bentuk kerjasama sejak tahun 2017-2019. *Korea Tourism Organization* (KTO) Jakarta sebagai organisasi yang bekerja di bawah naungan dan juga diawasi oleh pihak Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata, telah berperan aktif sejak tahun 2011 di Indonesia. Dalam melakukan diplomasi budaya, KTO Jakarta melakukannya melalui pariwisata, makanan dan berbagai informasi menarik mengenai Korea Selatan di mata wisatawan asing.

Sebagaimana rumusan masalah yang mencari lebih dalam tentang upaya diplomasi budaya Korea Selatan dalam mengenalkan budaya, termasuk destinasi pariwisata melalui konten dan *event* yang dilaksanakan oleh KTO Jakarta periode 2017–2022, penelitian ini telah mencakup berbagai macam upaya yang dilakukan oleh KTO Jakarta untuk melaksanakan diplomasi. Upaya yang dilakukan, diantaranya adalah menyelenggarakan *event* Korea Travel Fair, Halal *Restaurant* Week, Korea Festival, mengangkat artis dan atlet sebagai duta pariwisata dan juga bermacam-macam konten yang diunggah melalui *channel youtube* KTO Jakarta serta kerjasama dengan berbagai mitra dalam negeri dan luar negeri.

*Korea Tourism Organization* (KTO) memiliki visi untuk menjadi organisasi pariwisata global ternama, yang menjadikan Korea Selatan sebagai negara tujuan wisata. Visi ini diterjemahkan dengan memperluas destinasi pariwisata lokal, memperkuat *branding* Korea Selatan dengan memberikan citra yang baik di mata mancanegara dan melakukan berbagai kerjasama serta mempererat hubungan diplomatik.

Sejalan dengan bentuk diplomasi budaya menurut Tulus Warsito, yaitu eksibisi yang merupakan bentuk diplomasi kebudayaan yang paling konvensional

mendukung pelaksanaan *soft power* yang dilakukan oleh KTO Jakarta. Bentuk diplomasi budaya eksibisi ini dinilai transparan karena sifatnya yang terbuka dan dapat diketahui oleh negara lain berkat berkembang pesatnya teknologi. Selain itu, eksibisi juga dapat dilakukan melalui luar maupun dalam negeri, dan bertaraf nasional maupun multinasional. *Korea Tourism Organization* (KTO) Jakarta termasuk ke dalam bagian dari pelaksanaan diplomasi budaya eksibisi sebab sifatnya sangat transparan dan melibatkan banyak pihak dan negara mitra, sehingga mendapatkan pengakuan dari internasional, termasuk Indonesia.

Sesuai dengan konsep penelitian, KTO Jakarta juga melakukan upaya diplomasi budaya ini secara *soft power*, karena sifatnya yang persuasive, tidak memaksa, dan mampu menarik minat negara tujuan, meski dalam posisi sebagai organisasi non pemerintah. Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak ketertarikan terhadap budaya Korea Selatan menjadi salah satu alasan mengapa KTO Jakarta melaksanakan banyak *event* dan bentuk kerjasama. Bentuk ketertarikan ini dapat dilihat dari bagaimana tingkat popularitas Korea Selatan di Indonesia sejak tahun 2002 dengan ditayangkannya drama Korea Selatan dengan judul *Winter Sonata* dan *Endless Love* lalu *Full House* di tahun 2005 dan mulai K-POP sejak tahun 2010-an.

Hal ini juga didukung oleh adanya peningkatan angka wisatawan Indonesia mengalami peningkatan sejak tahun 2017 hingga 2019. Pada tahun 2017 terdapat 230.837 wisatawan yang mengunjungi Korea Selatan. Angkanya naik menjadi 249.067 pada tahun 2018, dan naik lebih tinggi lagi di tahun 2019 menjadi 278.575, sehingga terhitung mengalami kenaikan sebanyak 11,8% dibandingkan dengan tahun 2018. Namun sayang sekali, angka kunjungan sempat turun di tahun 2020-2021 karena pandemi. Pada tahun 2020, angka wisatawan menurun drastis hingga 66.000-an dan turun sampai 44.000-an untuk tahun 2021, tetapi ketertarikan masyarakat masih tetap ada karena tercatat pada tahun 2022 angka wisatawan (setelah *border* dibuka) meningkat hingga 106.000-an. Selama pandemi berlangsung, KTO Jakarta tetap melakukan promosi secara virtual yang memberikan sebuah pengalaman baru bagi masyarakat untuk mengenal Korea Selatan secara lebih dekat dan mendalam.

Melalui upaya diplomasi budaya, KTO Jakarta yang mengadakan berbagai *event* offline, mengunggah konten virtual untuk mengenalkan budaya Korea Selatan maupun memberikan penawaran menarik bagi partisipan ini, dapat dikatakan berhasil. Hubungan antara Indonesia dan Korea Selatan pun berjalan dengan baik. *Korea Tourism Organization* (KTO) Jakarta dalam pelaksanaan program kerjanya, secara tidak langsung dapat membantu perekonomian masyarakat dengan cara mengajak bekerjasama beberapa *travel agency lokal*, beberapa maskapai penerbangan untuk menjadi mitra dan memberikan keuntungan, tidak hanya untuk peningkatan citra Korea Selatan, melainkan juga Indonesia.

Upaya diplomasi yang dilaksanakan KTO Jakarta dapat memberikan dampak positif, bagi masyarakat Indonesia yang dipermudah dalam mengakses informasi wisatawan, kesempatan mendapatkan penawaran menarik serta mengenal budaya Korea Selatan secara lebih mendalam dengan cara yang menarik. Selain masyarakat Indonesia, Korea Selatan juga dapat memiliki citra yang baik melalui berbagai upaya yang dilakukan KTO Jakarta yang mempromosikan liburan *muslim friendly*, promosi dengan cara yang menarik serta mendapatkan pengakuan melalui budaya negaranya yang beragam dan menjadi destinasi wisata. Dalam pelaksanaan program kerja dan proyek promosi yang dilakukan, KTO Jakarta biasanya memiliki kriteria sukses yang berbeda-beda, akan tetapi kategori sukses dalam melakukan promosi adalah semakin banyak pengunjung atau masyarakat yang menghadiri acara, maka akan semakin baik pelaksanaan dan hasilnya.

Akhirnya, dapat disimpulkan bahwa KTO Jakarta telah berhasil menjadi organisasi di bawah naungan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan untuk Indonesia yang membantu kedua negara untuk memenuhi tujuan diplomasi. Selain itu, KTO Jakarta juga berhasil mendapat pengakuan melalui berbagai program kerja, *event*, konten serta kerjasama yang dilakukan dengan cara berdiplomasi budaya dalam bentuk pameran, yaitu bentuk diplomasi kebudayaan yang dilakukan secara terbuka dan transparan dan dilaksanakan langsung kepada masyarakat bangsa lain.

## 5.2 Saran

Sebagai bentuk kontribusi dalam melakukan penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran, baik saran praktis maupun teoritis. Penulis berharap, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya, baik untuk pribadi, akademisi maupun masyarakat pada umumnya. Berikut beberapa saran yang dapat disampaikan.

### 5.2.1 Saran Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi salah satu acuan, baik bagi aktor negara maupun non negara untuk dapat memanfaatkan sumber daya yang ada di Indonesia. Sumber daya ini dapat dipromosikan melalui diplomasi budaya dengan berbagai cara. Berbagai upaya yang dapat membangun dan menaikkan citra negara dan mendapatkan pengakuan dari negara lain diharapkan lebih sering dilakukan, karena dampak positifnya akan memberikan pengaruh baik bagi negara.

Selain itu, perlu adanya penyesuaian (adaptif) dari kegiatan yang dilaksanakan, baik saat adanya pandemi maupun tidak, karena diplomasi budaya sendiri dapat dilakukan tanpa perlu datang ke negara atau kelompok yang dituju, terlebih teknologi yang semakin maju membuat pelaksanaan menjadi lebih mudah. Industri *entertainment* Indonesia diharapkan dapat lebih didukung lagi, karena hal yang kurang lebih sama, akan berdampak positif juga bagi masyarakat dan negara Indonesia, jika kita melakukannya dengan sungguh-sungguh.

### 5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang relevan untuk membentuk dan mengembangkan upaya aktor non negara melaksanakan diplomasi budaya yang dapat membantu membangun citra yang baik bagi suatu negara. Upaya ini pun dapat membantu memperoleh pengakuan, terutama dalam aspek budaya Indonesia yang terkenal kaya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih jauh dan mendalam, bagaimana diplomasi budaya yang dilakukan oleh sebuah organisasi non pemerintah, dapat memberikan dampak yang baik bagi kedua belah pihak. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat lebih fokus tentang konsep diplomasi budaya yang dilakukan oleh organisasi.

Selanjutnya, peneliti juga menyarankan untuk membahas tentang seberapa jauh meningkatnya minat dan angka wisatawan dari Indonesia ke Korea Selatan atau ke negara lain yang juga melakukan diplomasi budaya lewat pariwisata atau fenomena suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi, aktor non negara, maupun negara. Selain membahas tentang angka wisatawan, peneliti juga menyarankan untuk membahas, seberapa besar dampak dari diplomasi budaya yang dilakukan, baik oleh aktor negara maupun non negara. Dampak dari diplomasi budaya tentu bukan saja hal positif, tetapi juga dampak negative, baik untuk negara yang melakukan diplomasi maupun negara yang menjadi tujuan dilaksanakannya diplomasi.

Terakhir, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas organisasi selain KTO yang sifatnya lebih general dalam melakukan diplomasi budaya, bukan hanya dari sektor pariwisata tetapi juga dari sektor lainnya, seperti pendidikan dan sosial, karena melihat dari peran KTO Jakarta yang mandiri dalam melaksanakan program kerjanya. Peluang berkembangnya pembahasan dalam penelitian selanjutnya juga akan lebih besar, apabila ada pengembangan bahasan, sudut pandang yang berbeda, dan pengolahan data yang lebih detail dan perubahan metodologi.