



한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

Imagine
your
Korea

**Strategi Peningkatan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan oleh
Korea Tourism Organization (KTO) Periode 2022-2023**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Hubungan Internasional

Nama: Ghina Maisya

NIM: 2010412176



**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

SKRIPSI

**Strategi Peningkatan Korea Tourism Organization (KTO) Kepada South
East Asia: Studi Kasus Indonesia Periode 2022-2023**



**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Prasyarat Awal
untuk Mencapai Gelar Sarjana Hubungan Internasional**

Disusun Oleh

Ghina Maisya

2010412176

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2024

**STRATEGI PENINGKATAN WISATAWAN INDONESIA KE KOREA
SELATAN OLEH KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO) PERIODE
2022-2023**

**STRATEGY FOR INCREASING INDONESIAN TOURISTS TO SOUTH
KOREA BY THE KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO) FOR THE
2022-2023 PERIOD**

Oleh:

Ghina Maisya

2010412176

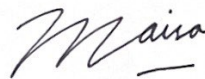
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan
Internasional**

**Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada
Tanggal seperti tertera di bawah ini**

Jakarta, 20 Juni 2024

Pembimbing Utama



R. Maisa Yudono, S.Sos., M.Si.



**Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Tahun 2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Ghina Maisya
NIM : 2010412176
Program Studi : Hubungan Internasional

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ghina Maisya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghina Maisya
NIM : 2010412176
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Hubungan Internasional

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI PENINGKATAN WISATAWAN INDONESIA KE KOREA
SELATAN OLEH KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO) PERIODE
2022-2023**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 20 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ghina Maisya

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ghina Maisya
NIM : 2010412176
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan oleh Korea Tourism Organization (KTO) Periode 2022-2023

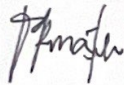
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Pembimbing I



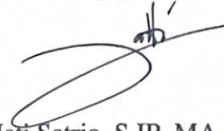
R. Maisa Yudono, S.Sos., M.Si.

Penguji I



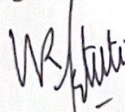
Dr. Shanti Darmastuti, S.IP, M.Si.

Penguji II



Jati Satrio, S.IP.,MA.

Kepala Program Studi
Hubungan Internasional



Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, S.IP., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 20 Juni 2024

ABSTRAK

Strategi Peningkatan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan oleh Korea Tourism Organization (KTO) Periode 2022-2023

Penelitian ini membahas mengenai organisasi dibawah pemerintah Korea Selatan tepatnya, Korea Tourism Organization (KTO) yang memiliki peran untuk dapat menyebarluaskan kebudayaan dan pariwisata Korea Selatan di seluruh dunia. Dikarenakan pandemi Covid-19 yang mengharuskan organisasi ini membuat strategi-strategi baru sehingga dapat mengembalikan antusiasme wisatawan bahkan meningkatkan jumlahnya agar berlibur ke negeri ginseng ini. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus membahas mengenai strategi peningkatan jumlah wisatawan Indonesia yang dilakukan oleh Korea Tourism Organization (KTO) periode 2022-2023, pemilihan pada periode ini dikarenakan untuk melihat strategi-strategi baru yang dilakukan oleh KTO setelah berakhirnya pandemi. Penelitian ini menggunakan dua konsep dan teori, yakni diplomasi publik dan *nation branding* serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan dua sumber data yaitu, data primer dan data sekunder. Untuk data primer didapatkan melalui wawancara dengan KTO Jakarta sedangkan data sekunder didapatkan dengan studi dokumen dan penelitian terdahulu terkait yang sudah ada sebelumnya. Diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui KTO berperan besar bagi kebudayaan dan pariwisata dari negeri ginseng ini. Ditambah lagi dengan *nation branding* yang dimiliki oleh Korea Selatan berdampak besar kepada jumlah wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan negara ini. KTO Jakarta melakukan berbagai strategi agar dapat meningkatkan wisatawan asal Indonesia setelah harus menghadapi pandemi selama dua tahun lamanya di mana kegiatan harus dilakukan secara online dan hybrid. Temuan penelitian ini adalah KTO melakukan beberapa cara untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan seperti melakukan event secara offline kembali, membuat kampanye pariwisata, bekerja sama dengan idol dan aktor, serta memanfaatkan media sosial sebaik mungkin. Melalui penelitian ini, penulis juga menemukan bahwa diplomasi publik dan citra negara yang dimiliki oleh Korea Selatan memiliki pengaruh yang besar dalam keberhasilan KTO dalam melakukan berbagai strategi dalam meningkatkan jumlah wisatawan asal Indonesia.

Kata kunci: Diplomasi Publik, Nation Branding, Korea Selatan, Korea Tourism Organization (KTO) Jakarta

ABSTRACT

Strategy for Increasing Indonesian Tourists to South Korea by the Korea Tourism Organization (KTO) for the 2022-2023 Period

This research discusses organizations under the South Korean government, specifically, the Korea Tourism Organization (KTO), which has a role in spreading South Korean culture and tourism throughout the world. Due to the Covid-19 pandemic, this organization has had to create new strategies so that it can restore tourist enthusiasm and even increase the number of people on holiday in this ginseng country. Therefore, this research focuses on discussing strategies to increase the number of Indonesian tourists carried out by the Korea Tourism Organization (KTO) for the 2022-2023 period. The selection for this period was due to looking at new strategies carried out by KTO after the end of the pandemic. This research uses two concepts and theories, namely public diplomacy and nation branding and uses descriptive qualitative methods with two data sources, namely, primary data and secondary data. Primary data was obtained through interviews with KTO Jakarta, while secondary data was obtained by document study and related previous research that existed previously. The public diplomacy carried out by the South Korean government through the KTO plays a big role in the culture and tourism of this ginseng country. In addition, South Korea's nation branding has a big impact on the number of tourists who visit to enjoy the beauty of this country. KTO Jakarta implemented various strategies to increase tourists from Indonesia after having to face a pandemic for two years where activities had to be carried out online and hybrid. The findings of this research are that KTO is taking several ways to increase the number of tourists, such as holding offline events again, creating tourism campaigns, collaborating with idols and actors, and making the best use of social media. Through this research, the author also found that South Korea's public diplomacy and state image had a major influence on the success of KTO in implementing various strategies to increase the number of tourists from Indonesia.

Keywords: Public Diplomacy, Nation Branding, South Korea, Korea Tourism Organization (KTO) Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi yang penulis teliti dengan judul “Strategi Peningkatan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan oleh Korea Tourism Organization (KTO) Periode 2022-2023” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tentu penulis menerima banyak bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Mama dan Papa selaku kedua orang tua penulis serta Adik penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan mendukung secara penuh sehingga memberikan kekuatan dan semangat dalam menyusun skripsi ini serta selalu hadir dalam keseharian hidup penulis. Terima kasih selalu memberikan kehangatan dan kenyamanan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, S.IP., M.Si. selaku Kepala Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak R. Maisa Yudono, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis serta Ibu Dr. Shanti Darmastuti, S.IP, M.Si., Bapak Jati Satrio, S.IP.,MA., dan Ibu Dr. Sophiana Widiastutie, SE.,M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan, masukan serta arahan yang membangun dalam penulisan skripsi hingga selesai.
5. Bapak/Ibu dosen Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah mengajarkan penulis dan memberikan ilmu semenjak memulai perkuliahan di tahun 2020 hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan serta penelitian.

6. Anasyah Farsya dan Andi Arsyeni Andari selaku sahabat penulis dari awal perkuliahan yang telah menjadi tempat bertukar cerita, mengeluh, membantu, dan memberikan dukungan secara penuh kepada penulis.
7. Kareen Andina dan Allisya Danira sebagai sahabat sejak tahun 2017 yang selalu menemani sejak dulu dikala sedih maupun bahagia serta selalu memberikan kehangatan dan rasa nyaman selama kita berteman.
8. Nadira Ramadina sahabat penulis dari masih di bangku SMP yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis tentang apapun itu dan selalu bersama saat menghadapi berbagai permasalahan.
9. Annisa Syifa, Amelia Al-Ghifari Sobirin, Hashifah Bella Donna Abdullah, Bariq Akmal Malik, Rafi Ferdilianto, dan Alif Prasajo sebagai teman dekat penulis dari semester pertama hingga sekarang yang telah melewati banyak hal bersama.
10. Teruntuk EXO dan semua drama Korea yang penulis tonton selama mengerjakan skripsi, terima kasih banyak karena sudah ada sehingga membuat penulis selalu bersemangat dan terhibur sampai akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Korea Tourism Organization (KTO) Jakarta yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian melalui data yang diberikan melalui wawancara.
12. Seluruh teman-teman HI Angkatan 2020 sebagai teman seperjuangan penulis.
13. Teman-teman Fourtyfive Radio terutama dari Batch XII yang sudah hadir dalam hidup penulis dan selalu memberikan dukungan serta kehangatan dari sebelum sampai dengan penelitian ini dilakukan.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi penulis, dalam skala sedikit maupun banyak.

15. Terakhir, terima kasih banyak kepada diri saya sendiri karena telah berhasil menyelesaikan perkuliahan selama 8 semester ini dan penelitian ini dengan baik sampai akhir, terima kasih banyak karena sudah selalu berusaha semaksimal mungkin, tidak gampang menyerah, dan selalu bersyukur dengan apa yang telah dilewati selama ini.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak di sekitar penulis, baik yang telah disebutkan maupun tidak. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila masih ada kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak sebelumnya.

Jakarta, 10 Juni 2024

Penulis

Ghina Maisya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN TEORI	15
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	15
2.1.1 Diplomasi Publik.....	15
2.1.2 Nation Branding	18
2.2 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Objek Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.6 Tabel Rencana Waktu	29
BAB IV IMPLEMENTASI DIPLOMASI PUBLIK DAN NATION BRANDING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN INDONESIA KE KOREA SELATAN PERIODE 2022-2023	30
4.1 Gambaran Umum Korea Tourism Organization (KTO) Jakarta	30
4.2 Program Kerja KTO Jakarta	36
4.2.1 Duta Pariwisata dan Duta Festival Korea Tourism Organization	38
4.2.2 Korea Festival	46
4.2.3 Korea Travel Fair	53
4.2.4 Halal Restaurant Week	57

4.2.5 Konten di Youtube Korea Tourism Organization	62
4.3 Strategi Peningkatan Wisatawan Indonesia oleh Korea Tourism Organization (KTO)	68
4.3.1 Visit Korea Year 2023-2024 dan Brand Ambassador Baru	68
4.3.2 Penerapan B2B dan B2C oleh Korea Tourism Organization	73
4.3.3 Festival secara offline dan Mengenalkan Destinasi Baru	78
4.3.4 Konten aktif di Media Sosial dan WOW Korea Supporters 2022-2023.....	84
4.4 Jumlah Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan	86
4.5 Peluang dan Tantangan KTO dalam Meningkatkan Wisatawan Indonesia	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Praktis	98
5.2.2 Saran Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

1. Slogan Korea Tourism Organization
2. Struktur Organisasi Korea Tourism Organization Jakarta
3. Lee Jong Suk Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2017
4. BTOB Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2018
5. EXO Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2018
6. ITZY Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2020
7. Asnawi Mangkualam Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2021
8. Son Heung Min Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2021
9. Brave Girls Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun 2021
10. Calvin Jeremy Sebagai Duta Festival Daehakro Tahun 2021
11. Kampanye Iklan “Feel The Rythm of Korea 2022” dengan Suga dan Jimin ‘BTS’
12. Korea Festival Tahun 2017
13. Korea Festival Tahun 2018
14. Korea Festival Tahun 2019
15. Korea Festival Tahun 2020
16. Korea Festival Tahun 2021
17. Korea Travel Fair Tahun 2018
18. Korea Travel Fair Tahun 2019
19. Korea Travel Fair Tahun 2020
20. Halal Restaurant Week Tahun 2017
21. Halal Restaurant Week Tahun 2018
22. Halal Restaurant Week Tahun 2019
23. Halal Restaurant Week Tahun 2020
24. Halal Restaurant Week Tahun 2021
25. Youtube Channel Milik KTO Jakarta
26. Cha Eun Woo Sebagai Brand Ambassador Visit Korea Year 2023-2024
27. Acara One Fine Day 2023
28. Korea Medical & Wellness Tourism Fair 2020
29. Korea Culture & Travel Festival 2023
30. Korea Korea MICE Roadshow 2023
31. Korea Festival 2022

DAFTAR TABEL

1. Tabel Rencana Waktu

DAFTAR GRAFIK

1. Jumlah Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan pada Tahun 2017-2023

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Riset KTO Jakarta