

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi pada umumnya diartikan sebagai kegiatan dari suatu negara yang ingin melakukan hubungan antar negara yang biasanya diwakilkan oleh perwakilan resmi. Diplomasi ini terus mengalami perkembangan pesat terhadap pelaksanaannya yang digunakan oleh tiap negara dan diplomasi juga dilakukan masing-masing negara untuk menjalin hubungan antar negara demi terciptanya suatu tujuan yang sama. Secara singkat, diplomasi dijadikan sebagai wadah untuk saling memberi dan menerima guna mencapai saling pengertian antara dua negara, tiga negara, atau banyak negara.

Diplomasi dijadikan sebagai instrumen utama dari kebijakan politik suatu negara yang menjadi badan utama yang menjalankan tingkah laku masyarakat internasional. Diplomasi biasanya dilakukan dalam bentuk negosiasi antar negara yang merupakan cara mudah untuk menyelesaikan persaingan kepentingan yang berbeda-beda, sehingga dapat dikatakan bahwa diplomasi sebagai metode sederhana untuk menciptakan penyelesaian konflik secara damai (Roy, 1995:2).

Pada era saat ini, interaksi dengan negara lain sangat dibutuhkan untuk mencapai suatu kepentingan nasional. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk menjalin hubungan antar negara tersebut dirangkai dalam bentuk diplomasi seperti yang dilakukan Korea Selatan yang menjadikan *Korean Beauty (K-Beauty)* dari salah satu contoh produk budayanya sebagai senjata dalam melakukan hubungan diplomasi dengan Indonesia.

Korea Selatan merupakan salah satu negara di Asia Timur yang tergolong sebagai negara maju yang dapat dikatakan telah membangun perekonomiannya dengan pesat hingga saat ini. Negara tersebut mampu untuk mencapai kepentingan bagi negaranya melalui proses-proses dalam berbagai bidang. Seperti yang diketahui, Korea Selatan sukses dalam menyebarkan kebudayaannya melalui *Korean (Hallyu) Wave* yang merupakan fenomena globalisasi budaya yang didalamnya terdiri dari *Korean Pop (K-POP)*, *Korean Drama*, *Korean Film*, dan lain-lain.

Persebaran *Korean Wave* (*K-Wave*) ini sudah muncul pada awal tahun 2000-an dimana *K-Wave* itu sendiri merupakan istilah dari persebaran budaya yang dimiliki Korea yang dapat menarik minat khalayak terhadap gaya hidup, bahasa, dan lainnya. Beberapa upaya pemerintah Korea Selatan yang terpampang nyata yaitu dengan mendatangkan *public figure*, Cha Eun Woo ke Jakarta untuk menghadiri acara “*Indonesian Televisi Awards 2018*” dalam sektor industri perfilman guna mempromosikan *culture* yang dimiliki Korea Selatan ke Indonesia serta perkenalan budaya pop Korea ini juga menggait salah satu *idol group K-Pop* yaitu EXO ke Indonesia yang sukses menggelar konser di Jakarta yang bertajuk *The Lost Planet* pada tahun 2014.

Persebaran *Korean Wave* ini tidak hanya sukses dalam sektor industri hiburan saja, tetapi juga pada industri kosmetik asal Negeri Ginseng ke Indonesia atau yang disebut juga dengan *K-Beauty* (*Korean Beauty*). Berawal pada tahun 2014, *brand* kosmetik Korea, MOONSHOT yang dicetuskan dari salah satu perusahaan *music label K-Pop* yaitu YG Entertainment menjadi salah satu kosmetik Korea yang paling dinantikan kehadirannya oleh masyarakat khususnya pecinta make up sekaligus penggemar idola grup musik *K-Pop*. Produk ini hadir di beberapa negara yaitu Jepang, Australia, Thailand dan khususnya di Indonesia yang bekerjasama dengan *C&F Group* sebagai distributor utamanya. MOONSHOT itu sendiri dapat ditemui di dua cabang yaitu Grand Indonesia dan Kota Kasablanka dimana keduanya merupakan pusat perbelanjaan terbesar di Jakarta (CNBC Indonesia, 2018).

Pengaruh dari persebaran *Korean Wave* tersebut, kosmetik Korea (*K-Beauty*) ini dapat kita jumpai di berbagai tempat seperti di kios-kios kecil, *mall*, hingga produk tersebut mudah dicari keberadaannya di situs internet. Berikut beberapa *brand* kecantikan Korea yang terkenal dan menyebar secara besar di Indonesia diantaranya *Etude House*, *Nature Republic*, *The Face Shop*, *Innisfree*, dan sebagainya. Banyaknya permintaan akan *brand* tersebut yang dapat dengan mudahnya kita temui di Indonesia ini menjadi *best product* bagi Korea Selatan selain musik, film, *fashion style*-nya. Produk kecantikan Korea banyak diminati oleh para remaja khususnya wanita saat ini biasanya berburu untuk membeli produk tersebut di situs penjualan *online*. Produk *K-Beauty* ini mendapatkan popularitasnya dimana-mana sehingga menyebabkan banyak importir di dunia khususnya di Indonesia sulit untuk mendapatkan produk tersebut. Maka dari itu,

kecantikan dan kesehatan Korea menjadi salah satu komoditi budaya terbesar bagi Negeri Gingseng itu.

Keberhasilan Korea Selatan dalam meningkatkan posisi diplomasinya dengan Indonesia menunjukkan bahwa bidang pemerintahan Korea Selatan berkembang maju dan memegang peran penting dalam menentukan bidang kenegaraan sehingga hal tersebut mengakibatkan bagi Korea Selatan, Indonesia menjadi negara terpenting di kawasan Asia Tenggara. Dengan demikian, hubungan antara kedua negara sebagai negara yang dikatakan wilayah yang strategis dan menjadi perwakilan dalam kawasan masing-masing yang merupakan topik yang menarik untuk dikaji lebih lanjut (Yoon, 2005:7).

Pada tahun 2014, Korea Selatan menjadi salah satu yang memiliki pasar kosmetik terbesar di seluruh dunia. Pasar produk kecantikan Korea telah mencapai sekitar 8 miliar USD dan diperkirakan akan terus tumbuh dalam waktu dekat (Team Tridge Indonesia, 2016). Diplomasi yang dijalankan Korea Selatan cukup sukses dalam memberikan pengaruh terhadap masyarakat dunia akan tren kecantikan ala Korea dari persebaran budaya Negeri Gingseng ini (*Korean Wave*) yang dikenal secara luas di dunia. Oleh karena itu, salah satu contoh produk budaya Korea Selatan yaitu kosmetik Korea (*K-Beauty*) ini akan terus berkembang yang selalu memiliki pasarnya dan menjadikan produk kosmetik ini ikut andil dalam meningkatkan perekonomian negara.

Kecantikan atau perawatan diri itu sendiri merupakan dasar untuk menunjang penampilan dalam kehidupan sehari-hari di Korea Selatan. Dari segi mengenai perawatan wajah, pembersih herbal, hingga lipstik terbaru menjadi kerumunan di berbagai media lokal. Dalam konsep *Korean Beauty* tidak melulu perihal produk kosmetiknya saja tetapi Korea Selatan ini juga dikenal sebagian penduduknya banyak melakukan operasi plastik dimana negara yang dijuluki Negeri Gingseng tersebut termasuk salah satu negara pencetak operasi plastik terbesar di Asia guna memenuhi standar kecantikan Korea dari segi penampilan atau untuk pekerjaan.

Akhir-akhir ini, *K-Beauty* menjadi tren setelah meluasnya penyebaran *K-Drama* dan *K-Pop*. Bahkan *K-Beauty* sendiri tidak lepas dari bayang-bayang kedua budaya ini karena visual dari sang idol *K-Pop* atau kulit cerah yang berhasil menyita perhatian para penggemar budaya Korea sehingga secara tidak langsung mereka berbondong-bondong

untuk mencoba produk *K-Beauty* agar bisa memiliki kulit cerah dan putih mengkilap. Maka, tidak heran jika *Korean Beauty* memiliki penggemar di seluruh dunia dan *K-Beauty* juga dapat menjadi pemasok devisa negara bagi Korea Selatan. *K-Beauty* tidak henti-hentinya membuat kaum hawa terkesima dengan segala hal bermacam-macam yang berkaitan dengan dunia kecantikan Korea. Bahkan dalam dunia kecantikan Korea sendiri memiliki tren-tren yang dijadikan sebagai *beauty rules* atau standar kecantikan khas mereka yang biasanya digunakan oleh para wanita dari berbagai negara dan menjadikan standar ini menjadi salah satu budaya Korea yang patut untuk ditiru.

Di Asia Tenggara, Korea Selatan itu sendiri meyakini untuk masuk ke dalam pasar pangsa di Asia khususnya Indonesia. Diketahui bahwa Indonesia sendiri juga dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki *fanbase* terbesar atas penampungan gelombang budaya Korea (*Korean Wave*). Dari sini lah, Badan Pusat Statistik mencatat impor kosmetik dan *skin care* Korea mencapai 5,9 juta dalam mata uang dolar AS pada 2016 (Tirto.id, 2017).

Dapat kita lihat bahwa kesuksesan diplomasi yang dilakukan Korea Selatan terhadap Indonesia, penulis ingin mencari lebih lanjut dengan judul **DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DALAM MENINGKATKAN PROGRAM KOREAN BEAUTY DI INDONESIA TAHUN 2014-2018** perihal salah satu persebaran budaya Korea (*Korean Hallyu Wave*) yaitu *Korean Beauty* (*K-Beauty*) yang dipertanyakan mengapa layak untuk dijadikan sebagai senjata dalam meningkatkan hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Indonesia dari berbagai sudut pandang teori ilmu Hubungan Internasional serta melihat peran pemerintah Korea Selatan maupun non-pemerintah untuk menarik antusias dari masyarakat Indonesia yang menerima budaya dari segi kecantikan, produk yang terkait dengan *Korean Beauty*, dan lain sebagainya dari diplomasi ini baik dari aktor pemerintah Korea Selatan maupun aktor non-pemerintah yang tertuju dalam permasalahan yang akan disebutkan di rumusan masalah.

1.2. Rumusan Masalah

Pembahasan dalam latar belakang penelitian di atas, adapun perumusan masalah yang ingin diteliti yaitu **bagaimana upaya pemerintah Korea Selatan dalam menjalankan diplomasi budaya melalui *K-Beauty culture* (kecantikan Korea) di Indonesia?**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang disebutkan, dapat ditemukan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi gambaran strategi dan kepentingan pemerintah melalui kosmetik Korea (*Korean Beauty/K-Beauty*) yang mempengaruhi strategi diplomasi yang dijalankan oleh Korea Selatan terhadap Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang disebutkan di atas, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yakni :

1. Hasil dari penelitian ini dimaksudkan untuk menyampaikan harapan bagi Indonesia yang dapat menjadikan persebaran budaya salah satunya *Korean Beauty* beserta produk-produk yang mewadahi *K-Beauty* yang diketahui sebagai contoh dalam menyeimbangi perekonomian negara.
2. Sebagai bahan untuk menambah wawasan bagi pembaca dan penulis mengenai upaya penguatan hubungan diplomatik antar kedua negara yaitu Indonesia dan Korea Selatan melalui persebaran budaya *Korean Wave* salah satunya *Korean Beauty (K-Beauty)*.
3. Hasil dari penelitian ini juga ditujukan untuk peneliti dalam mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan meningkatkan kemampuan penulis dalam menulis sebuah penelitian.
4. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian lebih lanjut mengenai peningkatan persebaran budaya Korea dilihat dari segi kecantikan, produk-produk kosmetik Korea (*K-Beauty*), dan lain-lain.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang dijadikan penulis sebagai topik dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta diakhiri dengan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menyampaikan beberapa kerangka teori yang digunakan untuk bahan dasar penelitian dari karya para peneliti sebelumnya yang terdiri dari buku, jurnal, maupun skripsi yang ada kaitannya dengan penelitian yang dibahas oleh penulis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang metode yang digunakan penulis untuk meneliti data yang akan diperoleh, mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan, dan mencakup populasi serta sampel penelitian.

BAB IV : KOREAN WAVE DI INDONESIA

Dalam bab ini penulis membahas perihal bagaimana Korea Selatan menjelaskan awal mula penyebaran *Korean Wave* (Gelombang *Hallyu* Budaya Korea), mengetahui Korea Selatan ingin melakukan hubungan antar negara dengan Indonesia melalui budaya Korea hingga budaya tersebut dapat dikenal secara global serta melihat proses perjalanan agar budaya Korea dapat diterima oleh masyarakat di Indonesia.

BAB V : PERKEMBANGAN DIPLOMASI KOREA SELATAN TERHADAP INDONESIA MELALUI KOREAN BEAUTY

Dalam bab ini penulis membahas upaya Korea Selatan dalam mempromosikan budaya Korea yang tidak hanya terkenal akan *Korean Pop*, *Korean Food*,

Korean Drama tetapi juga salah satunya yaitu *Korean Beauty* dan segala sesuatu hal yang berhubungan dengan *K-Beauty* ini secara langsung dapat mengetahui kepentingan Korea Selatan yang menjadikan *K-Beauty* sebagai senjata terhadap diplomasi yang dijalankan dengan Indonesia dan mengetahui kepentingan nasional yang dicari dari Korea Selatan terhadap Indonesia melalui *K-Beauty* sehingga saat ini salah satu budaya tersebut menjadi naik daun bagi Korea Selatan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang penulis yang memberikan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang dianalisis serta saran dari penulis dalam menangani permasalahan yang terjadi dalam penelitian.

