

NATION BRANDING KOREA SELATAN MELALUI KOREAN POPULAR CULTURE DI INDONESIA

ABSTRACT

oleh: Ade Wibawa

Korean Popular Culture merupakan bagian dari *Korean wave* yang digunakan Korea Selatan sebagai alat mempopulerkan *nation-branding*nya. Melalui implementasi efektif dari *Korean Popular Culture* (musik, drama, film), Korea Selatan muncul sebagai sebuah negara yang cukup terpancang menjadi perhatian dunia. *Nation-branding* yang diciptakan, direncanakan dan diimplementasikan oleh Korea Selatan melalui lembaga-lembaga pemerintahan yang terkait mampu memberikan kekuatan dan dukungan baik secara hukum maupun finansial terhadap penyebaran *Korean Popular Culture*. Lembaga-lembaga yang mendukung dalam implementasi *nation-branding* dalam *Korean Popular Culture* antara lain: *Presidential Council on Nation Branding*, *Korean Creative Content Agency* (KOCCA) dan *Korean Film Council* (KOFIC).

Implementasi *nation-branding* yang dilakukan Korea Selatan melalui *Korean Popular Culture* dan produk *brand* Korea Selatan mampu menempatkan Korea menjadi perhatian dunia. Hal tersebut memiliki dampak bagi kedua belah pihak, baik bagi Korea Selatan maupun negara penerima. Indonesia sebagai salah satu negara pengonsumsi produk *Korean Popular Culture* dan produk *brand* Korea mengalami dinamika fenomena sosial (perubahan ide, nilai, dan tingkat konsumsi) dan perubahan dinamika hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan.

Dampak dari dinamika fenomena *nation-branding Korean Popular Culture* yang terjadi di Indonesia secara umum ada lima, antara lain: *Image building* terhadap *Korean Popular Culture* (perspektif cantik, menarik, rupawan dan budaya Korea Selatan), ide yang muncul dari *Korean Popular Culture* (munculnya kreatifitas dalam musik, film, meningkatnya konser artis dan *Korean Festival* Korea Selatan di Indonesia), *Trendsetter fashion Korean Popular Culture*, ketertarikan terhadap bahasa dan budaya Korea Selatan dan meningkatnya tingkat konsumsi terhadap produk elektronik *brand* Korea Selatan.

Strategi *nation-branding* Korea Selatan melalui *Korean Popular Culture* memberikan dampak yang berpengaruh bagi sektor perdagangan, pariwisata, yang secara umum meningkatkan perekonomian Korea Selatan. Selain itu *nation-branding* Korea Selatan melalui *Korean Popular Culture* memberikan dampak yang signifikan bagi Indonesia. Hal itu terbukti dengan adanya dinamika sosial yang terjadi di Indonesia seperti: munculnya *image building* terhadap Korea, ide yang muncul dari *Korean Popular Culture* dan meningkatnya konsumsi produk Korea Selatan di Indonesia.

Kata kunci: *Nation-branding, Korean Popular Culture, Presidential Council on Nation Branding, Korean Creative Content Agency (KOCCA), Korean Film Council (KOFIC), Korean Festival, Trendsetter Fashion, Image building.*