

BAB I

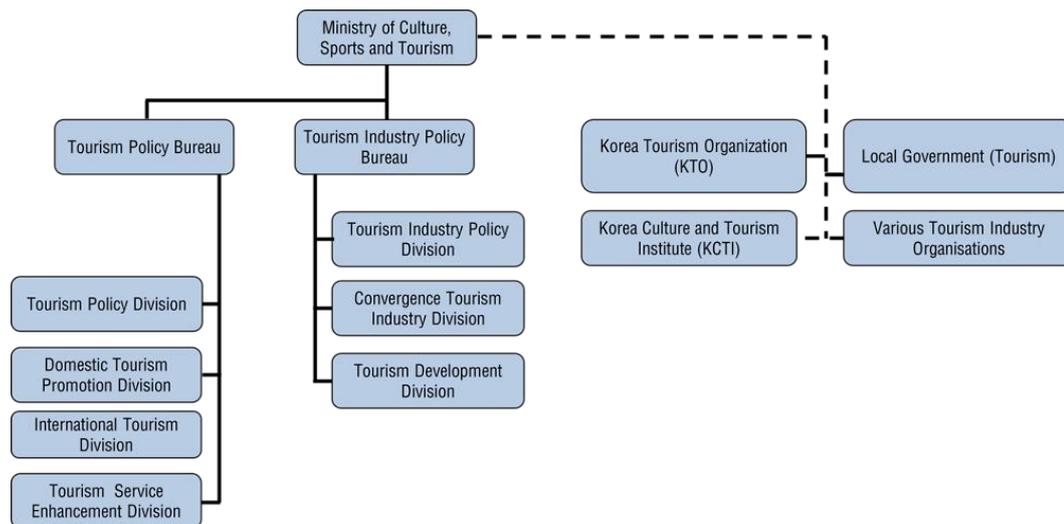
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang aktif mempromosikan pariwisata untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama negara. Berdasarkan data dari Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan, pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan meningkat sebesar 260.000 dari laporan tahunan pada tahun 2016 (Jarlis, *Feel the Rhythm of Korea: South Korea Digitized Nation Branding in Promoting Tourism Towards Indonesia*, 2022). Meskipun demikian, pada tahun 2019, Korea Selatan menempati peringkat ke-16 dalam *Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)* yang dirilis oleh *World Economic Forum (WEF)*, dimana peringkat tersebut meningkat dari peringkat awal ke-19 pada tahun 2017 (*World Economic Forum*, 2019). Sektor pariwisata di Korea Selatan terus berkembang dan menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian negara.

Pemerintah Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization (KTO)* bekerja sama dengan masyarakat, dan negara lain untuk mencapai sebuah pencapaian di bidang pariwisata. *Korea Tourism Organization (KTO)* merupakan sebuah organisasi untuk mempromosikan budaya dan pariwisata Korea Selatan di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata bekerja sama dengan *Korea Tourism Organization*, yang merupakan lembaga yang didanai pemerintah dan bertanggung jawab atas pemasaran dan promosi Korea Selatan di dalam dan luar negeri. Organisasi ini

mereformasi strukturnya dengan lebih memperkuat departemen-departemen utama dan menyelaraskannya dengan prioritas kebijakan pariwisata pemerintah (OECD, 2018).



Gambar 1. 1 Bagan Organisasi Badan Pariwisata Korea Selatan

Sumber: OECD, diadaptasi dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan (2018)

Menurut informasi dari Korea Tourism Organization, jumlah kunjungan wisatawan ke Korea Selatan pada tahun 2018 mencapai 15.346.879 orang. Diantara banyaknya turis dari berbagai negara, Indonesia termasuk salah satu negara yang penduduknya banyak mengunjungi Korea Selatan. Jumlah wisatawan Indonesia yang mengunjungi Korea Selatan pada tahun 2018 mengalami peningkatan dari tahun 2017 (Embassy of The Republic of Indonesia in Seoul, Republic of Korea, 2018). Salah satu jenis pariwisata yang banyak digemari turis asing untuk mengunjungi Korea Selatan adalah *medical tourism*. Korea Selatan merupakan salah satu negara di Asia yang menjadi tujuan untuk *medical tourism* oleh turis di seluruh dunia (Liestiandre, 2018).

Medical tourism atau wisata medis merupakan sebuah kegiatan pariwisata yang tidak hanya bertujuan untuk wisata namun sekaligus melakukan pengobatan di sebuah tempat. Pemerintah Korea Selatan telah mengidentifikasi *medical tourism* sebagai industri baru pertumbuhan dan secara aktif terlibat dalam pengembangannya. Kementerian Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial serta Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata adalah lembaga pemerintah yang secara aktif mempromosikan *medical tourism* di Korea Selatan. Sudah lebih dari 10 tahun sejak Korea Selatan mengeluarkan visa jangka pendek bagi wisatawan asing yang mencari perawatan medis sebagai upaya agar pariwisata medis di Korea Selatan dapat meningkat. Pemerintah Korea Selatan menyebutkan industri *medical tourism* sebagai industri baru pertumbuhan dan telah menginvestasikan dan mempromosikan industri ini sejak tahun 2009 (Kim, 2019). Pada tahun 2009, *medical tourism* di Korea Selatan hanya menyediakan layanan untuk sekitar 60.000 wisatawan medis dan pada tahun 2017 jumlah total pasien dari mancanegara mencapai 320.000 wisatawan (Hyoung, 2018). Kenaikan jumlah wisatawan medis yang datang ke Korea Selatan untuk keperluan *medical tourism* ini juga dinilai sangat signifikan dan berdampak baik bagi negara.

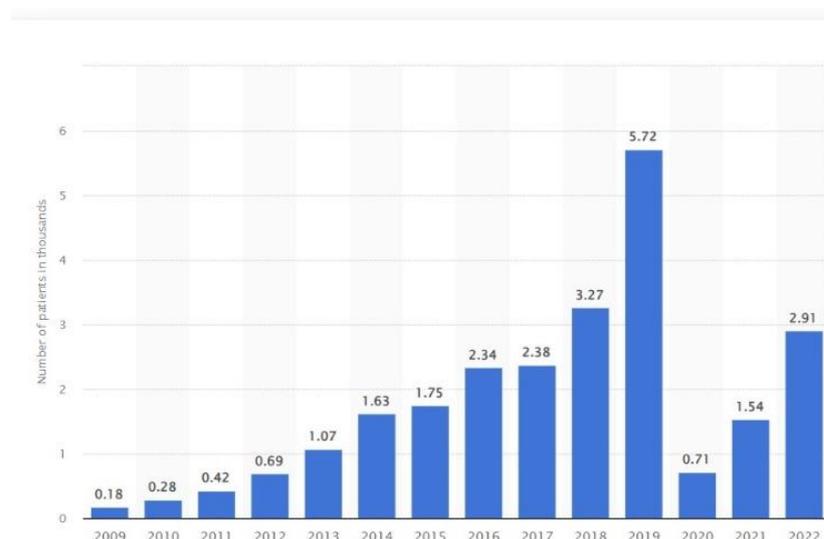
Korea Selatan dengan cepat berkembang menjadi salah satu tujuan *medical tourism* dengan potensi pertumbuhan teknologi perawatan medis yang canggih dan reputasi bedah plastik. Turis mancanegara yang mengunjungi Korea Selatan untuk keperluan *medical tourism* diantaranya didominasi oleh negara-negara kawasan Asia, Amerika, dan Eropa. Penyakit dalam dan pemeriksaan kesehatan merupakan dua departemen teratas yang paling banyak dicari oleh wisatawan medis. Selain itu,

terdapat peningkatan drastis dalam jumlah wisatawan medis yang mengunjungi Korea Selatan untuk bedah plastik, pengobatan tradisional dan *ophthalmology* (Korea Health Industry Development Institute, 2017).

Kepopuleran *medical tourism* di Korea Selatan juga mempengaruhi wisatawan medis dari Indonesia untuk melakukan perawatan dan melakukan wisata medis ke Korea Selatan. Melalui *website* Korea Tourism Organization Indonesia, wisatawan asal Indonesia dapat mencari tahu tentang perjalanan medis yang dapat dilakukan di Korea Selatan dan pelayanan apa saja yang tersedia di Korea Selatan untuk mempercantik diri dan melakukan pengobatan. *Medical* dan *Wellness* masuk kedalam salah satu tujuan wisata yang ada di Korea Selatan.

Indonesia telah menjadi pasar yang signifikan bagi pariwisata Korea Selatan. Pada tahun 2017, Indonesia termasuk dalam lima besar negara Asia Tenggara yang paling banyak menyumbangkan wisatawan ke Korea Selatan. Selain itu, Indonesia juga kini menjadi tujuan investasi yang paling diminati bagi investor dari Korea Selatan, Jepang, dan Tiongkok di Asia Tenggara (Aristyani, 2020). Setelah Indonesia menjadi lima besar negara Asia Tenggara yang menyumbangkan wisatawan ke Korea Selatan, langkah dari Korea Selatan adalah meningkatkan kemampuan negaranya sebagai destinasi medis terkemuka dan semakin memperkenalkan layanan dan fasilitas wisata medis negaranya kepada wisatawan dari Indonesia. Wisatawan dari Indonesia yang melakukan kunjungan ke Korea Selatan semakin meningkat hingga tahun 2023. Perwakilan dari *PR & Media Executive* KTO Jakarta Office mengatakan sebelum pandemi atau tahun 2019 dan tahun sebelumnya, rata-rata terdapat 300 ribu turis dari Indonesia setiap tahunnya.

Namun, pada tahun 2020-2022, jumlah pengunjung turun menjadi puluhan ribu. Data untuk tahun 2023 menunjukkan bahwa dari bulan Januari hingga Juni, terjadi peningkatan yang signifikan dalam proses pemulihan dengan peningkatan sebesar 80 persen. Peningkatan ini bahkan melebihi jumlah pengunjung sebelum pandemi (Setiawan, 2023). Wisatawan dari Indonesia yang melakukan wisata ke Korea Selatan juga terdapat ribuan wisatawan yang bertujuan untuk melakukan *medical tourism* setiap tahunnya.



Gambar 1. 2 Jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan untuk keperluan *medical tourism* tahun 2009-2022

Sumber: Statista (2023)

Menurut Joo Sung Hee dari *Medical & Wellness Team Korea Tourism Organization* menyampaikan bahwa terdapat 2.3 ribu pasien dari Indonesia yang melakukan *medical tourism* ke Korea Selatan di tahun 2017 (Kumparan, 2018). Hal ini dapat dibuktikan dengan grafik diatas. Pada tahun 2018 jumlah turis naik dari tahun 2017. Kemudian di tahun 2019 meningkat pesat. Penurunan jumlah wisatawan terjadi di tahun 2020 karena adanya pandemi Covid-19 yang

menyebabkan turis dari luar negeri tidak bisa berkunjung ke negara lain. Setelah itu di tahun 2022, jumlah wisatawan medis asal Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan untuk berobat berjumlah meningkat lagi dari tahun 2021 menjadi sekitar 2,9 ribu orang. Sebanyak 248,1 ribu orang asing datang ke Korea Selatan pada tahun itu sebagai wisatawan medis dan jumlah wisatawan medis asal Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya (Statista, 2023).

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah *Feel the Rhythm of Korea: South Korea Digitalized Nation Branding in Promoting Tourism Towards Indonesia* (Jarlis, *Feel the Rhythm of Korea: South Korea Digitalized Nation Branding in Promoting Tourism Towards Indonesia*, 2022). Alasan penulis memilih penelitian ini adalah karena dapat dijadikan acuan untuk promosi pariwisata Korea Selatan di Indonesia. Penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis yang berfokus pada Korea Selatan menggunakan festival *medical tourism* dalam upaya diplomasi publik Korea Selatan terhadap Indonesia.

Penelitian kedua yang digunakan penulis sebagai acuan adalah karya Sofia Trisni dengan judul *South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom*. Penulis memilih penelitian tersebut karena penelitian tersebut berfokus kepada penggunaan *Korean Wave* sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan. Penelitian ini berbeda dengan hal yang diteliti karena penulis menggunakan *medical tourism* Korea Selatan di Indonesia sebagai upaya dari diplomasi publik.

Penelitian ketiga yang dipakai oleh penulis sebagai acuan penulisan adalah karya Fani Amelia Putri yang berjudul “STRATEGI *NATION BRANDING* KOREA SELATAN MELALUI *IMAGINE YOUR KOREA* TAHUN 2016-2018”. Dalam jurnal tersebut mengidentifikasi strategi nation branding Korea Selatan melalui slogan “*Imagine Your Korea*” (Putri, 2021). Penelitian yang ditulis berbeda dengan penelitian terdahulu diatas karena menggunakan slogan “*Imagine Your Korea*” sebagai strategi *nation branding*. Sedangkan pada penelitian penulis, Korea Selatan menggunakan slogan “*Heal We Go Korea*” untuk mengajak masyarakat menjadikan Korea Selatan sebagai tempat untuk mencari *healing* atau ketenangan dan kesembuhan (Trijaji, 2023). Berdasarkan dengan beberapa penelitian terdahulu, penulis lebih memfokuskan pada pembahasan mengenai apa saja upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam mempromosikan *Medical tourism* di Indonesia pada tahun 2018-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang digunakan dan akan dijawab dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Mempromosikan *Medical tourism* di Indonesia Tahun 2018-2023?”**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Tujuan penulis membuat penelitian ini secara umum adalah untuk memenuhi syarat kelulusan pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu

Hubungan Internasional. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Tujuan penulis membuat penelitian ini secara khusus adalah untuk menjelaskan kepada pembaca bagaimana upaya Korea Selatan dalam mempromosikan *medical tourism* di Indonesia sebagai bentuk diplomasi publik. Hubungan Korea Selatan dengan turis dari Indonesia untuk meningkatkan jumlah turis internasional yang datang untuk keperluan *medical tourism* dapat memberikan sebuah sudut pandang baru dalam kajian ilmu Hubungan Internasional.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Diplomasi Publik

Diplomasi Publik menurut Hans N. Tuch adalah suatu pendekatan diplomasi yang melibatkan interaksi antara pemerintah suatu negara dengan masyarakat internasional secara langsung. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, informasi, dan mempengaruhi publik di luar negeri. Diplomasi publik juga merupakan salah satu instrumen *soft power*, yang bersifat transparan dan berjangkauan luas, berbeda dengan diplomasi tradisional yang cenderung tertutup dan memiliki jangkauan terbatas. Melalui diplomasi publik, pemerintah berkomunikasi dengan publik asing untuk membawa pemahaman mengenai ide-ide, idealism negara, institusi, kebudayaan, serta tujuan nasional dan kebijakan negara tersebut (Tuch, 1990).

Dalam buku yang ditulis oleh Nicholas John Cull yang berjudul “Public Diplomacy: Taxonomies and Histories”, Cull menjelaskan pengertian dari diplomasi publik adalah upaya aktor internasional berupa *state or non-state* untuk mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan publik asing (Cull, 2008). Nicholas John Cull mengklasifikasikan kegiatan diplomasi publik menjadi lima bentuk: *Listening, Advocacy, Cultural Diplomacy, Exchange Diplomacy, dan International Broadcasting*.

Listening adalah bentuk diplomasi jangka pendek dan panjang secara aktif memahami masyarakat asing untuk mengetahui minat mereka. *Advocacy* merupakan bentuk diplomasi jangka pendek yang melibatkan promosi kebijakan, nilai, budaya, dan kepentingan suatu negara kepada masyarakat asing. Setelah itu terdapat *Cultural Diplomacy* yang merupakan bentuk diplomasi jangka panjang yang memanfaatkan program pertukaran budaya, seni, dan kegiatan budaya lainnya. Selain itu, terdapat *Exchange Diplomacy* yang merupakan diplomasi jangka panjang yang melibatkan fasilitas pertukaran antar individu, termasuk pertukaran pendidikan, profesional, dan budaya. Terakhir, terdapat *International Broadcasting* yang merupakan diplomasi jangka menengah yang menggunakan media untuk menyebarkan berbagai informasi tentang sebuah negara dan berkomunikasi dengan penonton asing. Berdasarkan taksonomi dasar upaya diplomasi publik milik Nicholas John Cull, elemen-elemen tersebut tidak saling terikat dan digunakan dengan tidak adanya urutan yang harus diperhatikan. Kelima elemen diplomasi publik tersebut memiliki perbedaan jangkauan waktu dan praktik pelaksanaannya (Cull, 2008). Penelitian ini fokus menggunakan tiga upaya

diplomasi publik yang dikemukakan oleh Nicholas John Cull, diantaranya adalah: *Advocacy*, *Cultural Diplomacy*, dan *International Broadcasting*.

1.4.1.1 Advocacy

Elemen pertama adalah *Advocacy*, yang dalam diplomasi publik merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu untuk mempengaruhi atau mengelola situasi di tingkat internasional melalui kegiatan komunikasi internasional, dengan tujuan memperkenalkan kebijakan khusus, ide, atau kepentingan umum ke publik asing. Cull mengemukakan bahwa jumpa pers atau *press conference* yang dilakukan sebuah negara atau hal lain yang mampu mempengaruhi masyarakat internasional juga merupakan salah satu bentuk elemen *advocacy* dalam aktivitas diplomasi publik. Elemen ini dapat dilihat dari beberapa bidang diplomasi publik dan digunakan dalam jangka pendek (Cull, 2008).

1.4.1.2 Cultural Diplomacy

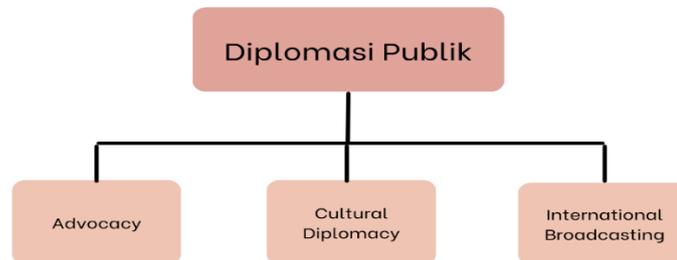
Elemen kedua adalah *Cultural Diplomacy*, yang berarti upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional melalui pengenalan sumber daya atau *cultural resources* dan pencapaian prestasi yang dikenal masyarakat. Cultural diplomacy ini merupakan usaha untuk memperluas persepsi dan pengenalan terhadap suatu brand atau negara yang positif bagi masyarakat internasional, dengan harapan bahwa hasilnya akan dapat digunakan oleh negara tersebut sebagai alat untuk mempengaruhi negara lain. Menurut Cull, salah satu contoh praktik dalam diplomasi budaya adalah dengan mendirikan pusat kebudayaan negara tersebut di negara lain, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal lebih dekat

kebudayaannya. Hal ini dapat berupa dibangunnya pusat budaya atau perpustakaan di luar negeri untuk memperkenalkan suatu negara di negara lainnya. Contohnya di masa lalu termasuk pembangunan perpustakaan besar Yunani di Alexandria juga termasuk dalam *cultural diplomacy*. *Cultural Diplomacy* sendiri merupakan salah satu bentuk diplomasi dengan jangka waktu yang panjang (Cull, 2008).

1.4.1.3 International Broadcasting

Elemen ketiga yang digunakan adalah *International Broadcasting*. Pengertian dari International Broadcasting sendiri adalah sebuah usaha untuk mempengaruhi masyarakat global secara tidak langsung dengan memanfaatkan teknologi melalui radio, televisi, media cetak, dan internet. Dalam prakteknya, hak untuk menyampaikan berita tidak hanya terbatas pada media yang didukung oleh pemerintah, tetapi pada media swasta yang juga berperan sebagai agen diplomasi publik yang menyebarkan informasi tentang suatu negara kepada masyarakat internasional. Contohnya adalah melakukan penyiaran berita mengenai Ciletuh UNESCO Global Geopark Indonesia di televisi luar negeri (Indrani, 2023). Menurut Nicholas John Cull, *International broadcasting* merupakan salah satu bentuk diplomasi dengan jangka waktu menengah (Cull, 2008).

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1. 3 Sintesa Pemikiran

Sumber: Penulis

Pada sintesa pemikiran yang dilampirkan, telah menunjukkan alur dalam menganalisis topik penelitian yang dibahas oleh penulis. Penggunaan dasar konsep diplomasi publik untuk menjelaskan upaya diplomasi publik dari Korea Selatan dengan mempromosikan *medical tourism* negara mereka di Indonesia. Penulis menggunakan tiga elemen yang dikemukakan oleh Nicholas John Cull terkait diplomasi publik, antara lain: (1) *Advocacy*, (2) *Cultural Diplomacy*, (3) *International Broadcasting*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dianalisis menggunakan konsep diplomasi publik oleh penulis, maka penulis dapat membuat hipotesis terhadap Korea Selatan yang menggunakan *medical tourism* sebagai upaya diplomasi publik di Indonesia menurut teori yang disampaikan oleh Nicholas John Cull melalui ketiga elemen yaitu, *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan *international broadcasting*. Pertama, *advocacy* dapat dilihat dari upaya Korea Selatan melalui pemberitahuan dengan cara konferensi pers yang diadakan oleh

Korea Tourism Organization Jakarta Office (KTO Jakarta) untuk memperkenalkan pameran *medical tourism* bertajuk *Medical Tourism Roadshow 2018* yang diadakan di Mal Taman Anggrek di Jakarta, Indonesia dan *2023 Medical Tourism Festival* yang dilakukan di Surabaya, Indonesia. Kedua, *cultural diplomacy* Korea Selatan dengan membangun kantor Korea Tourism Organization di Indonesia. Gedung KTO Jakarta merupakan pusat promosi pariwisata dan budaya Korea Selatan di Indonesia dan di dalam KTO sendiri terdapat *medical* sebagai salah satu bentuk upaya diplomasi Korea Selatan di Indonesia dalam jangka panjang. Ketiga, melalui *international broadcasting*, dengan menggunakan berbagai media dari Indonesia yang memberitakan tentang roadshow dan festival *medical tourism* yang diadakan oleh Korea Selatan di Indonesia sebagai bentuk upaya diplomasi Korea Selatan di Indonesia dalam jangka waktu menengah.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah tipe deskriptif berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah penulis tetapkan. Pengertian penelitian deskriptif secara menyeluruh adalah sebuah metode di dalam penelitian yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau sesuai fakta yang terlihat. Selain itu, penelitian deskriptif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang ditujukan untuk menjelaskan fenomena yang telah terjadi baik karena alam ataupun buatan manusia yang digunakan untuk menganalisis hasil subjek (Adiputra, 2021).

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis adalah tahun 2018-2023. Alasan penulis menggunakan rentang waktu tersebut adalah karena Korea Selatan mengadakan festival *medical tourism* pertama bertajuk *Medical tourism Roadshow 2018* yang diadakan di Mal Taman Anggrek Jakarta dan 2023 Korea *Medical tourism Festival* di Surabaya, Indonesia sebagai bentuk upaya diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara sekunder. Pengertian teknik data sekunder adalah sebuah teknik untuk mengumpulkan data yang telah digunakan sebelum penelitian yang ditulis oleh penulis dibuat. Penulis mendapatkan data yang digunakan untuk penelitian ini melalui internal dan eksternal seperti; *website* buku, artikel yang dibagikan melalui internet, dan jurnal penelitian sebelumnya. Penulis mendapatkan data dengan cara tersebut agar semua data yang diperoleh penulis bersifat fakta dan dapat dibuktikan keabsahannya melalui sumber-sumber yang digunakan penulis.

Data sekunder tersebut berasal dari situs resmi Korea Tourism Organization yaitu VISIT KOREA. Situs ini menambahkan *medical* ke dalam salah satu tujuan wisata di Korea Selatan. Kemudian, website KMTF 2023 sebagai situs resmi untuk 2023 Korea *Medical tourism Festival*. Selain itu, data yang digunakan penulis didapatkan dari jurnal penelitian lainnya.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Penelitian yang dibuat oleh penulis perlu adanya fakta yang didukung oleh data agar penelitian ini berdasarkan dari sumber yang valid. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Pengertian dari teknik analisis data adalah cara untuk menyampaikan data yang telah dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah dan mendapatkan kesimpulan pada akhir penelitian. Sedangkan pengertian dari teknik analisis kualitatif adalah sebuah teknik menganalisis dengan cara menggunakan data yang sudah ada dan telah dipilah serta dikumpulkan oleh penulis agar menjadi sebuah data yang valid untuk sebuah penelitian (Thabroni, 2021).

Data yang didapatkan oleh penulis terlebih dahulu dikaji melalui proses penyusunan data, membagi data dalam beberapa kategori, mengatur sintesis terhadap data yang ada, kemudian data yang telah terkumpul akan disusun hingga akhirnya terdapat sebuah kesimpulan data yang telah ada. Dengan begitu, penulis menjelaskan terkait upaya diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan terhadap Indonesia dalam mempromosikan *medical tourism* dengan menjelaskan hasil dari kesimpulan yang ditemukan dari hasil pengumpulan data kualitatif yang sudah digunakan.

1.7.5 Sistem Penulisan

Penulis membagi penelitian yang terdiri dari 4 bab untuk memudahkan pemahaman dari hasil yang telah dibuat dengan urutan:

Bab I berisikan pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, metode penelitian, tipe penelitian, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab II menjelaskan pelaksanaan diplomasi publik Korea Selatan dalam acara *Medical Tourism Roadshow 2018* dan *Korea Medical Tourism Festival* tahun 2023 di Indonesia melalui *advocacy, cultural diplomacy,*

Bab III menjelaskan pelaksanaan diplomasi publik Korea Selatan dalam acara *Medical Tourism Roadshow 2018* dan *Korea Medical Tourism Festival* tahun 2023 di Indonesia melalui *international broadcast.*

Bab IV berisikan penutup yang mencakup kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dan saran untuk penelitian selanjutnya.