

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mei 2009, Presiden Korea Selatan Lee-Myung Bak mengumumkan Global Hansik sebagai inisiatif promosi identitas dan kultur Korea Selatan, dalam rangka memberikan kesan yang baik terhadap citra nasional (Hyun-cheol, 2009). Pada *Nation Brands Index*, sebuah survey yang melakukan riset *Public Image* negara, mencatat bahwa Korea Selatan menduduki peringkat 33 dari 50 negara yang tercantum, peringkat ini menggambarkan bahwa *Public Image* Korea Selatan belum menunjukkan kesan yang signifikan di mata publik (Anholt, 2009). Inisiatif Global Hansik diawali dengan investasi senilai 50 miliar Won, membuka kelas pelatihan masak dalam sekolah-sekolah terkenal sebagai upaya mengglobalisasikan makanan Korea Selatan (Hyun-cheol, 2009). Global Hansik Campaign merupakan inisiasi diplomasi yang tertata, sebagaimana peran-peran yang berkontribusi didalamnya tidak terbatas pada pemerintah saja, namun juga dukungan dari aktor-aktor lain baik secara sadar maupun tak sadar, langsung maupun tidak langsung. Aktivitas diplomasi pada masa sekarang, tidak lagi berkutat seputar isu politik dan keamanan, namun bercabang juga pada kepentingan budaya, identitas, bahkan ekonomi (Elvianti, 2024). Multi-Track Diplomacy sebagai kerangka analisis diperkenalkan oleh Louise Diamond dan John McDonald untuk mengisi kesempatan tersebut.

Global Hansik membawa dampak yang signifikan terhadap pariwisata dan ekonomi, melebihi ekspektasi awal dimana promosi makanan Korea Selatan awalnya ingin memperkenalkan mengenai kultur dan budaya yang termaktub dalam

makanan Korea Selatan, termasuk budaya kebersihan dan kesehatan (Wahyuni, 2022). Korea Selatan melalui kimchi tidak hanya memperkenalkan makanan, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai budaya yang lebih mendalam, seperti semangat kebersamaan, kesehatan, dan gaya hidup sehat (CHO, 2006). Melalui kimchi, Korea Selatan memperkenalkan esensi budaya mereka. Adapun fenomena *Hallyu* telah menjadi alat strategis dalam memperkenalkan budaya Korea kepada dunia, tidak hanya melalui musik, drama, dan seni populer, tetapi juga melalui promosi kuliner tradisional. Inisiatif pemerintah Korea Selatan dalam program globalisasi Hansik bertujuan untuk menjadikan kuliner Korea lebih dikenal dan diterima secara luas di kancah internasional. Melalui media seperti K-drama dan variety show, makanan khas Korea seperti kimchi, bulgogi, bibimbap, dan tteokbokki sering ditampilkan sebagai elemen budaya yang tak terpisahkan. Adegan makan bersama yang ditampilkan dalam media tersebut menciptakan daya tarik emosional yang memperkuat minat audiens global terhadap kuliner Korea (Cwierka, 2014).

Program global Hansik memanfaatkan popularitas *Hallyu* untuk memperkuat citra makanan Korea sebagai makanan sehat, berkelanjutan, dan kaya akan nilai budaya. Pemerintah Korea Selatan mendukung program ini dengan berbagai inisiatif, seperti promosi restoran Korea di luar negeri, pelatihan koki internasional, dan festival kuliner. Popularitas K-pop juga menjadi pendorong promosi Hansik, dengan selebriti Korea sering kali menjadi duta kuliner dalam kampanye global. Integrasi Hansik dalam *Hallyu* tidak hanya memperkenalkan kuliner Korea kepada dunia, tetapi juga mempromosikan filosofi hidup masyarakat Korea yang menekankan kebersamaan dan harmoni dengan alam (Wahyuni, 2022).

Adapun, Global Hansik juga memperkenalkan teknik fermentasi yang termasuk kedalam Warisan Budaya Takbenda yang diakui oleh UNESCO pada 2013 (Surya & Lee, 2020). Hal ini memperkuat branding dari sebuah Kimchi, menjadi suatu instrumen penarik minat masyarakat, tidak terikat pada konsumsi saja, namun secara nilai-nilai kultural, memperkuat hegemoni Korea Selatan sebagai negara yang menghasilkan makanan yang penuh cita rasa dan nilai filosofis. Selain itu, aspek kesehatan dan kebersihan juga menjadi perhatian. Kimchi, sebagai makanan fermentasi, perlu diproses dan disimpan dengan cara yang higienis agar aman dikonsumsi dengan memperhatikan aspek kebersihan fermentasi, mengingat kimchi disimpan dalam waktu lama sebelum dikonsumsi (Surya & Lee, 2020). Faktor-faktor ini menunjukkan bahwasanya Global Hansik membawa banyak agenda didalam progresi pelaksanaannya.

Hal yang menarik untuk ditelisik adalah bahwasanya hingga pada tahun 2017 sejak pelaksanaan Global Hansik, program-program yang dilaksanakan cenderung state-centric (Khoo, 2019). Dapat dilihat selama 2018-2024 terdapat pelebaran jangkauan Global Hansik dalam hal strategi yang tidak hanya bergantung pada peran pemerintah saja. Pembuktian singkat dapat dilihat pada volume ekspor Kimchi yang menjadi roda utama dalam pergerakan Global Hansik, pada 2016 ekspor Kimchi mencapai 11.900 Ton, namun pada 2024 ekspor Kimchi mencapai angka 29.000 Ton, perlu diketahui bahwa angka tersebut hanya mencatat sampai per bulan Agustus 2024 saja dan belum penuh 1 tahun (TEMPO Internasional, 2024). Maximize Market Research, mencatat pada 2018 pertumbuhan ekspor Kimchi terutama dalam pasar Asia Pasifik, dengan puncak pertumbuhan pada 2020

dengan interval ekspor yang melonjak tinggi, menunjukkan bahwa permintaan terhadap makanan Korea Selatan cukup tinggi (MMR Analyst, 2024). Beberapa penelitian kuantitatif menemukan peningkatan spesifik dari jumlah restoran Korea di Indonesia, salah satunya adalah peningkatan sebanyak 12 Restoran Korea pada 2018 di Kota Bandung (Astari, 2019). Adapun peningkatan tersebut tidak hanya berupa munculnya fenomena tren Restoran Korea, namun juga peningkatan minat dari masyarakat Indonesia terhadap fenomena ini dalam acara K-Food Festival 2018 yang diselenggarakan pada Asian Games (Ismanto, 2018). Pertumbuhan tersebut diperkuat oleh data Ekspor makanan Korea Selatan ke Indonesia hingga September 2024 yang mencapai USD 236 juta, sebagaimana merupakan kenaikan sebanyak 2.7% dari tahun sebelumnya (Sekarwati, 2024). Permintaan dan minat yang tinggi dibuktikan melalui data Google Trends menunjukkan peningkatan pencarian kata kunci “tteokbokki”, “kimchi”, dan “samgyeopsal” di Indonesia meningkat sejak 2018 hingga 2024 (Google Trends, 2025). Hal tersebut berbanding terbalik dengan situasi dan kondisi pada kurun waktu tersebut, tepatnya pada masa Pandemi Covid-19. Demikian melandasi penelitian ini untuk mengurai strategi Global Hansik melalui kontribusi setiap aktor yang terlibat pada kurun waktu 2018-2024.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mendukung preposisi penelitian ini, sebagaimana penelitian tersebut setidaknya telah memuat tema maupun kerangka preposisi yang mendukung penelitian ini, diantaranya terdapat literatur mengenai implementasi Konsep *MultiTrack Diplomacy*, yang membahas

mengenai jalur-jalur diplomasi yang tidak terbatas hanya pada satu instrumen dan fokus saja, sebagaimana merupakan fokus dari topik pembahasan penulis.

Tulisan Pertama, yakni “STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM PROGRAM GLOBAL HANSIK CAMPAIGN DI *INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017*” yang ditulis oleh Rara Shertina, membahas mengenai strategi progresi diplomasi Korea Selatan dalam konteks Global Hansik sebagai Gastrodiplomacy. Tulisan ini menganalisis kebijakan-kebijakan pemerintah Korea Selatan terkait Global Hansik dengan batasan penelitian berlatar di Indonesia selama kurun waktu 2012-2017 (Shertina, 2022). Relevansi antara penelitian dari Rara Shertina dengan penelitian ini, adalah keserupaan studi kasus, yakni Global Hansik. Fokus penelitian oleh Rara Shertina terarah pada Gastrodiplomasi Global Hansik yang terimplementasi di Indonesia, sedangkan penelitian ini akan berfokus pada Strategi Multi-track Diplomacy sebagai kerangka analisis Global Hansik. Namun, studi tersebut terbatas pada analisis aktor negara (*track one diplomacy*) dan belum mengkaji partisipasi korporasi atau LSM. Jangkauan penelitian oleh Rara Shertina terdapat pada kurun 2012-2017, sedangkan penelitian ini akan mengkaji periode 2018-2024, sebagaimana dalam hal ini dapat relevansikan sebagai memantau perkembangan Global Hansik sebagai *update*. Penelitian ini akan membahas mengenai sinergi antar jalur pada Global Hansik untuk menggambarkan peran multi aktor yang berkontribusi dalam perkembangan Global Hansik.

Tulisan Kedua, yakni “Strategi Multi-Track Diplomacy dalam Kerjasama Ekonomi Industri Korea Selatan (ROK) terhadap Indonesia Tahun 2006-2012”

yang ditulis oleh Mahyar Diani, membahas mengenai progresi diplomasi Korea Selatan secara multi jalur terhadap Indonesia. Tulisan ini menjelaskan mengenai implementasi Strategi Multi-Track Diplomacy dalam 9 (sembilan) jalur, yakni Track 1-9 yang dikemukakan oleh Louise Diamond dan John McDonald (Diani, 2016). Penelitian oleh Mahyar Diani juga memberikan penegasan kembali bahwa dalam menganalisis suatu fenomena menggunakan Multi-Track Diplomacy hanya menggunakan jalur yang dapat diidentifikasi saja. Sehingga dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, implementasi strategi Multi-Track Diplomacy oleh Mahyar Diani akan diserap dalam mengidentifikasi dan menganalisa jalur-jalur yang relevan terkait Global Hansik. Adapun penelitian oleh Mahyar Diani mengisi proporsi landasan teoritis dalam penelitian ini. Kesamaan terhadap implementasi konsep *MultiTrack Diplomacy* dapat membantu penulis merangkai sistematika pemikiran sehingga dapat secara mendetail menganalisa studi kasus yang diambil yakni Global Hansik.

Literatur *Ketiga*, diambil dari thesis “***GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN MELALUI GLOBAL HANSIK : KIMCHI DIPLOMACY DI INDONESIA TAHUN 2019-2021 (PANDEMI)***” yang ditulis oleh Putri Indah Wahyuni. Thesis tersebut menguraikan Global Hansik melalui perspektif Gastrodiplomasi yakni penggunaan makanan sebagai instrumen Diplomasi Budaya sebagai strategi utama Korea Selatan dalam membangun National Branding atau Citra secara global (Wahyuni, 2022). Terdapat tiga poin utama dalam tesis ini yang dapat diserap kedalam penelitian ini. Pertama, bahwasanya kampanye makanan dalam Global Hansik, dikoordinasikan oleh beberapa lembaga negara, termasuk

Kementerian Kebudayaan Korea Selatan dan Korean Food Promotion Institute secara resmi. Kedua, bahwa terdapat upaya pemasaran produk makanan Korea Selatan yang termasuk dalam serangkaian Global Hansik. Ketiga, thesis tersebut menjelaskan mengenai keterlibatan aktor non pemerintah seperti influencer sosial media, dalam Kampanye Digital Global Hansik. Sebagaimana termasuk dalam instrumen diplomasi Track 8 yakni Media. Thesis tersebut juga menguraikan secara khusus, program-program resmi dari Kedutaan Korea dalam rangka menjalankan Global Hansik, seperti kelas virtual dan webinar untuk memasak Kimchi

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam latar belakang, penulis merumuskan fokus penelitian dalam suatu rumusan masalah yakni: “Bagaimana strategi Multi-track Diplomacy Korea Selatan dalam Program Global Hansik Campaign di Indonesia pada tahun 2018-2024?”

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Secara Umum

Penelitian ini sebagai salah satu media syarat mahasiswa jurusan Hubungan Internasional untuk memperdalam ketertarikan isu yang diminati serta sebagai tanda memenuhi syarat tugas akhir bagi mahasiswa jenjang Sarjana Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2. Secara Khusus

Secara khusus, penelitian ini bertujuan sebagai media kajian yang mendalami mengenai strategi Global Hansik pada 2018-2024 melalui jalur-jalur

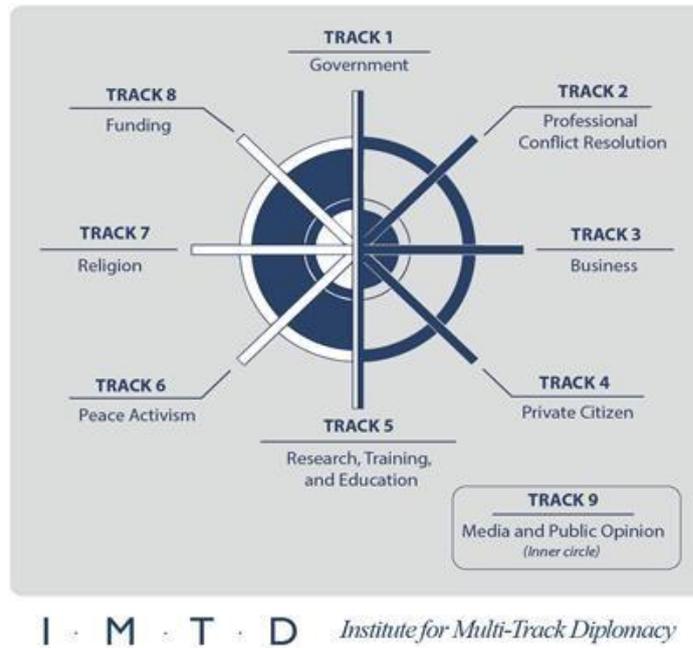
yang digunakan dalam Multi-Track Diplomacy. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan secara komprehensif fenomena topik penelitian melalui teori-teori yang digunakan oleh peneliti untuk dibuktikan otentisitasnya secara empiris

1.4. Kerangka Pemikiran

1.4.1. Multi-Track Diplomacy

MultiTrack Diplomacy adalah kerangka analisis yang meninjau suatu diplomasi tidak hanya dilakukan oleh negara melalui jalur resmi saja, namun melalui keterlibatan berbagai aktor non-pemerintah dan pendekatan lainnya untuk menyelesaikan konflik (Diamond & McDonald, 1996). Konsep yang dikembangkan oleh Louise Diamond dan John McDonald ini dikenal sebagai *Approach to Peace*, namun pada pengembangannya, MultiTrack Diplomacy juga dapat digunakan untuk menganalisis keterlibatan keseluruhan aktor dalam suatu kajian diplomasi termasuk Global Hansik. Multi-Track Diplomacy menyediakan 9 jalur untuk menganalisa suatu fenomena. Multi-Track Diplomacy mengatasi kelemahan analisis konvensional yang cenderung menggunakan pendekatan state-centric, sebagaimana pendekatan tersebut terbatas dalam ruang pandang fenomena. Sebaliknya, Multi-Track Diplomacy menawarkan perspektif yang melibatkan partisipasi dari berbagai macam aktor yang dikategorisasikan dalam track, serta merekognisi pertukaran budaya dan penguatan identitas sebagai bentuk diplomasi terlepas dari aktornya.

Asumsi dari MultiTrack Diplomacy membagi diplomasi ke dalam Sembilan jalur (Tracks) yang saling berkesinambungan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Multi-Track Diplomacy

Sumber: IMTD

a. Track 1: Diplomasi Pemerintah (Government Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi resmi yang dilakukan oleh negara melalui pejabat pemerintah, lembaga negara, atau organisasi internasional, sehingga memiliki legitimasi formal. Aktor dapat berupa Kepala Negara, Menteri Luar Negeri, Duta Besar, dan Delegasi Resmi.

b. Track 2: Diplomasi Non-Pemerintah (NGO/Non-Governmental Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi melalui organisasi non-pemerintah (NGO) maupun aktivis yang umumnya berfokus pada penyelesaian masalah atau motivasi akan tujuan-tujuan lainnya dalam hubungan internasional yang tidak terbatas pada lingkup isu.

c. Track 3: Diplomasi Bisnis (Business Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi yang berbasis bisnis dan perihal ekonomi, dapat terlihat dari keterlibatan perusahaan swasta yang umumnya merupakan Multi-National Corporation. Jalur ini secara tidak langsung membangun hubungan antar-negara

d. Track 4: Diplomasi Warga (Citizen Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi berbasis warga negara yang melibatkan individu dan komunitas dalam membangun hubungan lintas batas. Aktor dapat berupa Civil Society, Komunitas Budaya dan lainnya. Contoh yang umum dilihat adalah pertukaran pelajar antar negara.

e. Track 5: Diplomasi Riset dan Pendidikan (Research and Education Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi yang berfokus pada penelitian dan pendidikan dalam rangka meningkatkan kesepahaman dan dialog antar kultur. Aktor dapat berupa Universitas, Peneliti, maupun Lembaga riset. Kerjasama antar universitas masuk ke dalam jalur diplomasi ini

f. Track 6: Diplomasi Aktivisme (Activism Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi terhadap isu tertentu yang menjadi permasalahan bersama, melalui kampanye maupun Gerakan sosial untuk mempengaruhi kebijakan global. Aktor dapat berupa Aktivis, maupun Lembaga Aktivisme.

g. Track 7: Diplomasi Agama (Religious Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi para pemimpin keagamaan maupun organisasi keagamaan dalam mempromosikan toleransi, bahkan ke ranah penyelesaian

konflik. Aktor berupa pemimpin agama seperti Paus dan Ulama, atau bahkan Organisasi Interfaith.

h. Track 8: Diplomasi Filantropi (Philanthropy Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi melalui pendanaan, atau kontribusi dana dari program kemanusiaan yang mendukung perdamaian dan pembangunan. Aktor dapat berupa Yayasan Filantropi, atau donatur individu.

i. Track 9: Diplomasi Media dan Seni (Media and Arts Diplomacy)

Merupakan jalur diplomasi yang bergerak pada penggunaan media, seni, film, atau musik, untuk mempromosikan budaya. Sehingga dapat membentuk persepsi publik terhadap negara asal kebudayaan tersebut dan pada jangka panjang dapat berpengaruh pada peningkatan citra negara. Aktor dapat berupa Media, Media Massa, Seniman, Sineas, dan lainnya. Diplomasi ini dapat berupa kampanye film, maupun kampanye makanan dan hal lainnya yang termasuk kedalam kategorisasi budaya. Adapun penelitian ini menggunakan track 1 (Government), track 2 (Non-Governmental), track 3 (Business), track 5 (Education), dan track 9 (Media and Arts). Sebagaimana kelima jalur tersebut sudah cukup untuk mengidentifikasi sebagian besar aktor dan kontribusinya terhadap Global Hansik Campaign.

1.5. Sintesa Pemikiran



Gambar 1.2 Sintesa Pemikiran
Sumber: Penulis

Melalui kerangka Multitrack Diplomacy yang diaplikasikan pada Global Hansik, dapat diidentifikasi lima jalur utama dalam pelaksanaan program tersebut. Track 1 melibatkan peran pemerintah, Track 2 melibatkan peran Organisasi Non-Pemerintah, Track 3 melibatkan peran sektor bisnis terutama peran perusahaan multinasional/korporasi, Track 5 melibatkan sektor pendidikan maupun pelatihan, dan Track 9 yang melibatkan media, komunikasi, serta seni dan budaya.

1.6. Argumen Utama

Penulis beropini bahwasanya Global Hansik membawa Korea Selatan dalam penguatan identitas, preseden eksistensi Global Hansik di Indonesia tersebut didorong melalui banyak faktor pembangun dari Global Hansik, sebagaimana program ini dilaksanakan melalui berbagai jalur. Sehingga argumen utama dari penelitian ini adalah Global Hansik merupakan instrumen Diplomasi Korea Selatan yang dijalankan melalui pendekatan MultiTrack Diplomacy, ditinjau dari berbagai aktor (negara dan non-negara) telah terlibat dan berkontribusi dalam penyebaran

kuliner korea sebagai soft power untuk meningkatkan citra dan pangsa pengaruh Korea Selatan secara Global. Penulis percaya bahwa Global Hansik dijalankan melalui Track 1, Track 2, Track 3, Track 5, dan Track 9.

Track 1 menggambarkan Diplomasi Pemerintah (Government-to-Government) sebagaimana Pemerintah Korea Selatan telah berupaya memasukkan promosi kuliner Korea dalam perjanjian budaya dengan negara lain. Contoh yang signifikan dapat ditelisik pada K-Indonesia Cultural Exchange Agreement. Track 2 menggambarkan Diplomasi melalui Aktor maupun Organisasi Non-Governmental, sebagaimana terdapat keterlibatan organisasi non-pemerintah, hingga komunitas dalam memperkenalkan Hansik. Hal ini dapat ditelisik melalui pelatihan koki internasional dalam Korean Cuisine oleh Korean Food Foundation. Adapun komunitas juga memiliki keterlibatan dalam Global Hansik, salah satunya adalah Komunitas Diaspora Korea melalui Restoran Korea di luar negeri yang menjadi ‘Duta Budaya’ informal, selayaknya K-Town yang berada di New York. Track 3 menggambarkan Diplomasi Bisnis, yakni peran korporasi dan sektor swasta yang mempopulerkan Hansik. Penulis menemukan peran eksportir Kimchi, Saus Gochujang, dan Ramyeon memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan rekognisi Global Hansik. Peran tersebut dijalankan oleh pihak swasta selayaknya CJ CheilJedang, maupun retail global seperti Walmart dan Carrefour yang menjual produk Korea dalam kategorisasi khusus bertajuk “Ethnic Food”. Track 5, adalah Diplomasi Riset dan Pendidikan, sebagaimana dapat ditemukan upaya pemerintah maupun lembaga lainnya melalui beasiswa kuliner dan pertukaran mahasiswa. Adapun terdapat lembaga riset seperti Korean Food Research Institute yang aktif

dalam penelitian mengenai gizi dan manfaat Hansik. Track 9 menggambarkan Diplomasi Media dan Komunikasi, sebagaimana pemanfaatan media massa, hiburan, dan platform digital menjadi katalisator dalam upaya promosi Global Hansik. Keberadaan beberapa K-Drama dan Variety Show yang mempopulerkan kultur Korea Selatan melalui masakan-masakan tradisional, membantu pengenalan kultur Korea dan makanannya melalui instrumen media.

Penulis berargumen bahwasanya melalui perspektif Multitrack Diplomacy, dapat ditemukan sinergi antar track dalam Global Hansik, yang menjadikan Fenomena Global Hansik sebagai salah satu Diplomasi yang berkelanjutan dan memiliki pengaruh besar dalam masyarakat Internasional, serta sukses menggunakan berbagai jalur dalam progresinya. Global Hansik merupakan instrumen diplomasi Korea Selatan yang dijalankan melalui pendekatan MultiTrack Diplomacy, di mana berbagai aktor baik negara maupun non-negara berkontribusi dalam penyebaran kuliner Korea sebagai alat untuk meningkatkan citra dan pengaruh global Korea Selatan.

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Deskriptif sebagaimana dalam penelitian ini berusaha menjelaskan rumusan masalah melalui penggambaran dan perincian. Kualitatif sebagaimana penelitian ini memiliki sifat interpretatif dalam menjabarkan permasalahan.

1.7.2. Jangkauan Penelitian

Jangkauan Penelitian dibatasi pada jangka waktu lonjakan perkembangan Global Hansik sejak 2018, dan sebagaimana hingga saat ini Global Hansik masih berjalan hingga saat ini, maka ditentukan jangka waktu penelitian pada 2018-2024. Adapun batasan penelitian berfokus pada Global Hansik dan jalur-jalur diplomasinya menggunakan alat analisis MultiTrack Diplomacy sehingga akan membahas keterlibatan dari masing-masing aktor dalam Track 1, Track 2, Track 3, Track 5, dan Track 9.

1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan Studi Pustaka untuk memperoleh data sekunder yang digunakan untuk analisis kausalitas. Data diperoleh secara daring, melalui website yang kredibel, data berupa paperworks seperti jurnal dan artikel. Adapun data utama diperoleh dari buku-buku bidang ekonomi dan marketing.

1.7.4. Teknik Analisis Data

Dalam Penelitian ini data dianalisis secara kualitatif dengan beberapa tahapan mulai dari tahap pengumpulan data sekunder yang dipilah, lalu dikelompokkan antara data untuk menemukan narasi kausalitas antara variabel dalam penelitian. Lalu secara kualitatif data dikembangkan menjadi pembahasan yang menjawab rumusan masalah..

1.7.5. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan menunjukkan struktur penulisan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan. Struktur penulisan dibagi menjadi 4 bagian dengan uraian yang dijelaskan sebagai berikut:

Bab I meliputi komponen awal introduksi seperti pendahuluan, yakni Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori dan Konsep, Sintesa Pemikiran, Argumen Utama, Metodologi Penelitian, Tipe Penelitian, Jangkauan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Sistematika Penulisan

Bab II berisikan uraian Global Hansik secara umum melalui hasil temuan, serta penjabaran Global Hansik dan analisa Track 1 dan Track 2 Diplomacy.

Bab III berisi data pendukung pembahasan dan analisis Track 3, Track 5, dan Track 9 Diplomacy dalam fenomena Global Hansik, sebagai upaya mengidentifikasi Strategi Diplomasi Korea Selatan dalam cakupan tahun 2018-2024.

Bab IV berisi kesimpulan dan saran