

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi budaya merupakan jenis diplomasi yang menggunakan unsur kebudayaan sebagai sarana untuk mendukung kepentingan nasional suatu negara. Dengan mengandalkan beberapa pertukaran gagasan, karya seni, serta berbagai aspek budaya yang lain, diplomasi ini bertujuan menciptakan hubungan yang harmonis antar negara dan masyarakatnya. Diplomasi budaya termasuk dalam diplomasi publik yang menitikberatkan pada pemanfaatan *soft power* guna mencapai sasaran politik dan sasaran yang lain. Diplomasi budaya berperan sebagai sarana yang ampuh untuk menjalin relasi antar negara serta memperdalam pemahaman lintas budaya. Dengan mengandalkan potensi budaya, suatu negara dapat meningkatkan pengaruhnya di tingkat global dan mendorong terciptanya perdamaian serta keharmonisan dunia. Lewat kolaborasi dalam bidang diplomasi budaya, diharapkan tercapai suatu tujuan bersama dalam mewujudkan stabilitas dan kesejahteraan global (Fauzi, 2025).

Menurut Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia (2025) hubungan diplomatik antara negara Indonesia dan Korea Selatan memiliki perjalanan sejarah yang panjang dan terus berkembang. Hubungan ini berjalan semenjak pengakuan negara Republik Indonesia pada tahun 1949. Pada tahun 1966 Korea Selatan membuka Konsulat Jenderal di Jakarta, kemudian diikuti oleh

Indonesia membuka Konsulat Jenderal di Seoul. Pada saat itu juga hubungan diplomatik tingkat Duta Besar terjalin pada tahun 1973. Pada tahun 2023 hubungan bilateral antara Indonesia-Korea Selatan sudah genap berjalan 50 tahun. Hubungan bilateral ini bukanlah sekedar momen biasa, melainkan kesempatan strategis bagi kedua negara untuk menampilkan eratnya hubungan yang terjalin. Dalam konteks ini, penyelenggaraan berbagai acara budaya menjadi sangat bermakna dan berperan besar dalam memperkuat pemahaman serta persahabatan antarbangsa. Kolaborasi antara komitmen politik di tingkat tinggi dan aktivitas budaya memainkan peran penting dalam meraih keberhasilan diplomatik.

Diplomasi budaya berperan sebagai alat strategis bagi Indonesia dalam membangun citra nasional di tingkat internasional serta memberikan sumbangsih terhadap perkembangan peradaban dunia. Strategi ini sejalan dengan Rencana Strategi Kementerian Luar Negeri Indonesia tahun 2020-2024, yang secara tegas mencantumkan promosi dan pelestarian budaya sebagai bagian integral dari misi diplomatik. Penggunaan diplomasi budaya sebagai elemen kunci dalam kebijakan luar negeri mencerminkan komitmen Indonesia terhadap pendekatan *soft power* dalam mencapai kepentingan nasional. Metode ini umumnya mendorong terciptanya hubungan bilateral yang lebih harmonis dan saling menguntungkan karena berlandaskan pada nilai saling menghargai, bukan semata-mata pada kepentingan pragmatis. Dalam konteks ini, keberhasilan diplomasi budaya yang dijalankan oleh KBRI Seoul tidak hanya memperkuat hubungan Indonesia-Korea Selatan, tetapi juga menegaskan posisi Indonesia sebagai mitra global yang aktif,

damai dan konsisten dengan prinsip politik luar negeri “Bebas dan Aktif” (Wachid, 2025).

Hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan telah berkembang mencakup berbagai sektor penting, seperti energi, lingkungan, ekonomi-politik, hukum, pertahanan, pariwisata serta aspek sosial dan budaya. Hingga tahun 2017, telah disepakati hampir 20 perjanjian bilateral yang secara khusus berfokus pada kerja sama dalam bidang sosial budaya, pariwisata, kuliner, pendidikan dan olahraga. Hal ini mencerminkan komitmen bersama untuk memperkuat pertukaran yang bersifat non-ekonomi dan non politis. Korea Selatan telah sukses besar dalam menjalankan diplomasi budaya melalui fenomena Hallyu (Korean Wave), yang tidak hanya memperluas pengaruh budayanya di Indonesia, tetapi juga membuka pasar baru. Keberhasilan ini menegaskan bahwa budaya dapat menjadi instrumen diplomatik yang efektif, sekaligus menciptakan atmosfer yang kondusif bagi interaksi budaya dua arah. Tingginya apresiasi masyarakat Korea terhadap budaya asing menciptakan peluang strategis bagi Indonesia, karena publik Korea telah terbiasa dan antusias terhadap pertukaran budaya (KCCI, 2021). Salah satu inisiatif konkret dari Indonesia adalah program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) yang digagas oleh Kementrian Luar Negeri. Program ini bertujuan memperkenalkan seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan, terutama generasi muda. Tingginya minat peserta dari Korea Selatan terhadap program ini menunjukkan ketertarikan yang kuat terhadap kebudayaan Indonesia. Keberhasilan diplomasi budaya Korea dapat menjadi inspirasi sekaligus acuan bagi KBRI Seoul dalam menyusun strategi promosi budaya Indonesia. Hal ini

memperkuat gagasan bahwa pertukaran budaya seharusnya bersifat timbal balik, di mana kedua negara berperan aktif dalam memperkenalkan kekayaan budaya masing-masing (Kemendikbudristek, 2022).

Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Seoul adalah ujung tombak diplomasi Indonesia di Korea Selatan, tidak hanya di bidang politik dan ekonomi, tetapi juga sosial dan kebudayaan. Peran KBRI dalam memperkenalkan budaya Indonesia sangat jelas. Menurut (Lydia Safitri, 2025), Koordinator Ekonomi Kreatif dan Digital, Akselerasi Startup, dan Diplomasi Publik di KBRI Seoul, pertunjukan budaya seperti Reog Ponorogo adalah wujud nyata dari diplomasi budaya. Bahkan, promosi budaya ini merupakan salah satu misi utama KBRI Seoul. Ini menunjukkan betapa pentingnya kesenian Reog dalam upaya Indonesia membangun hubungan baik dan saling pengertian dengan Korea Selatan melalui jalur kebudayaan. Festival Indonesia 2023 adalah bagian penting dari perayaan 50 tahun hubungan diplomatik antara Indonesia dan Korea Selatan. Ini menunjukkan bahwa budaya merupakan pilar utama dalam mempererat hubungan kedua negara. Acara ini diselenggarakan oleh KBRI Seoul di tiga kota di Korea Selatan yakni di Ansan pada 4 Juni 2023, serta di Busan dan Seoul digelar pada tanggal 2 Oktober 2023 (Michaella, 2023). Tujuan utama festival ini adalah memperkenalkan budaya dan bahasa Indonesia kepada masyarakat Korea, sekaligus mempererat hubungan baik antara kedua negara. Dalam acara tersebut, pengunjung disuguhi berbagai pertunjukan kesenian, terutama festival Reog secara khusus disebutkan untuk memeriahkan acara di Ansan (Abdul, 2023).

Dukungan penuh dari KBRI Seoul dan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan ini. Lydia Safitri dari KBRI Seoul sangat mengapresiasi partisipasi Svadara, menyatakan bahwa pertunjukan mereka berhasil memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada masyarakat Internasional, terutama Korea. Baginya, ini adalah bentuk nyata diplomasi budaya yang memang menjadi salah satu misi utama KBRI Seoul (PopRed, 2025). Sebagai ujung tombak komunikasi luar negeri, KBRI Seoul memiliki tanggung jawab utama dalam menyampaikan informasi serta menjalankan berbagai inisiatif strategis demi tercapainya kepentingan nasional Indonesia. Tugas ini melibatkan serangkaian langkah sistematis untuk membentuk citra positif Indonesia di luar negeri melalui diplomasi publik. Dalam pelaksanaannya, KBRI Seoul kerap menggandeng pihak-pihak non-pemerintah guna memperluas jangkauan program dan meningkatkan efektivitas pelaksanaan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa KBRI tidak hanya berfungsi sebagai penghubung, tetapi juga sebagai pelaku langsung dalam menjalankan kebijakan diplomasi budaya. Hubungan yang erat dengan Kementerian Luar Negeri mencerminkan adanya sistem kerja yang terorganisir dan terkonsolidasi. Dengan demikian, keberhasilan promosi budaya Indonesia sangat ditentukan oleh kapasitas KBRI Seoul dalam mengaktualisasikan mandat tersebut ke dalam bentuk program nyata yang berdampak, serta pentingnya kesinambungan dukungan dari pusat untuk memastikan keberlanjutannya (Paquisa, 2018). Beragam kegiatan promosi seni dan budaya telah diselenggarakan oleh KBRI Seoul secara terstruktur dan sistematis. Program-program tersebut mencakup pelaksanaan Indonesian Day di sejumlah sekolah dan museum, pembinaan Kelompok Tari Tradisional Indonesia (KTTI)

yang secara rutin mengadakan latihan setiap hari sabtu, serta penyediaan kelas gamelan yang dapat diikuti oleh warga Korea Selatan, termasuk melalui kerja sama dengan Seoul Institute of the Arts (KBRI Seoul, 2024).

Pada penelitian sebelumnya oleh Fitriani (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *“Peran KBRI Tokyo dalam Diplomasi Budaya melalui Festival Indonesia”* menunjukkan bahwa promosi budaya melalui festival secara efektif mempererat hubungan bilateral dan membangun citra positif bangsa. Pada studi kasus lain menurut Nugroho (2022) dalam penelitiannya yang berjudul *“Diplomasi Publik Indonesia di Korea Selatan”* menyoroti peran aktif KBRI Seoul dalam memperkenalkan kebudayaan Indonesia, termasuk pertunjukan tari, gamelan dan pengajaran Bahasa Indonesia. Namun, penelitian tersebut belum secara khusus membahas promosi seni tradisional Jawa sebagai entitas budaya tersendiri. Selain itu, ada studi kasus lain dari jurnal berjudul *“Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo”*. Tinjauan literatur ini memberikan gambaran umum tentang bagaimana International Gamelan Festival 2018 dapat dianalisis dari perspektif diplomasi budaya, dengan tertuju fokus pada peran gamelan, kolaborasi aktor, tujuan peningkatan citra budaya serta tantangan yang ada (Siti Afifah Khatrunada, 2019).

Studi Kasus tentang diplomasi budaya dan peran dari KBRI memang sudah banyak, tapi penelitian ini melengkapi studi terdahulu dengan fokus pada periode 2021-2014, serta mengangkat budaya Indonesia sebagai bagian penting dari diplomasi budaya Indonesia di Korea Selatan. Penelitian ini juga akan menggunakan konsep Diplomasi Publik menurut Andreas Pacher dengan teori tiga

tingkat. Dengan menjadikan budaya Indonesia sebagai studi kasus, riset ini diharapkan bisa memberikan pemahaman baru tentang keberhasilan diplomasi budaya di kancah internasional, peran penting KBRI, serta tantangan dan peluang dalam mempromosikan seni tradisional di luar negeri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan penulis mengenai Diplomasi Publik di Indonesia, maka berikut rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis adalah “Bagaimana strategi diplomasi publik yang diterapkan oleh KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya Indonesia di Korea Selatan tahun 2021-2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk memenuhi persyaratan penulis dalam pemenuhan gelar Pendidikan Sarjana Strata (S1) dalam program studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh penulis, secara khusus penelitian ini menganalisis strategi diplomasi publik yang dilaksanakan oleh KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya Indonesia di Korea Selatan. Dengan berfokus pada tujuan tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan

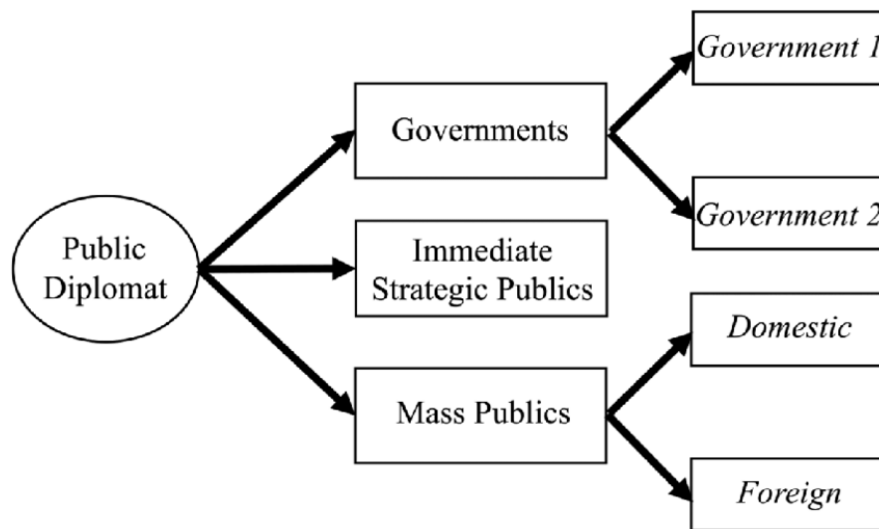
terhadap pemahaman tentang diplomasi publik, khususnya dalam konteks hubungan bilateral Indonesia-Korea Selatan.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Landasan Teori

1.4.1.1 Diplomasi Publik

Diplomasi publik adalah usaha pemerintah untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat di negara lain. Tujuannya adalah mempengaruhi pandangan mereka tentang negara itu sendiri dari segi budaya dan kebijakan-kebijakannya. Keberhasilan diplomasi publik sangat bergantung pada kredibilitas, kesediaan untuk mengkritik diri sendiri dan peran aktif masyarakat sipil dalam menghasilkan kekuatan *soft power* (Nye, 2008). Diplomasi publik sangat erat kaitannya dengan *non state actor* atau aktor bukan negara seperti LSM, pihak swasta, individu, media atau bahkan departemen di dalam suatu pemerintahan. Ini juga salah satu bentuk alat diplomasi publik *soft power* berupa kebudayaan, nilai-nilai politik, atau kebijakan suatu negara yang mampu menarik perhatian orang lain.



Gambar 1. 1 A three level model of public diplomacy

Sumber : Andreas Pacher, 2018

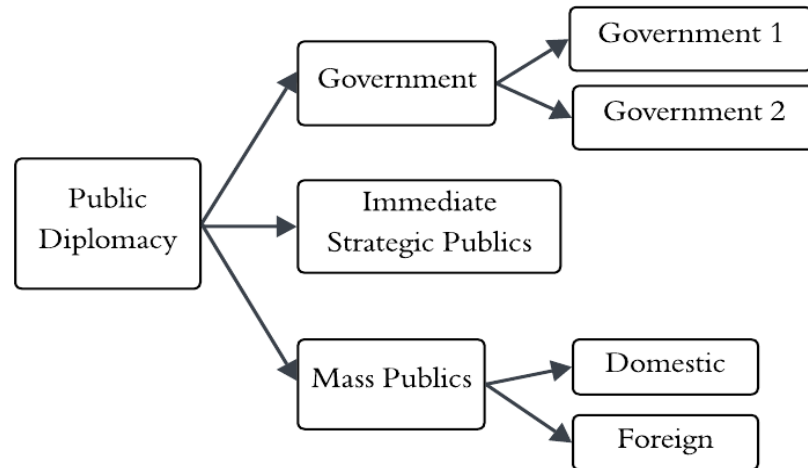
Menurut Andreas Pacher dalam bukunya yang berjudul “Strategic Publics in Public Diplomacy: A Typology and a Heuristic Device for Multiple Publics” menjelaskan bahwa diplomasi publik dapat dianalisis secara struktur melalui teori tiga tingkat. Model tiga tingkat tersebut ialah 1) *Government to government*, 2) *Immediate strategic publics*, dan 3) *Mass public* (Pacher, Strategic Publics in Public Diplomacy: A Typology and a Heuristic Device for Multiple Publics, 2018). Pada tingkat (*government to government*) menurut Pacher ini merupakan tingkatan pertama dan paling tradisional dalam diplomasi. Walaupun strategi diplomasi ini kerap dilakukan secara hati-hati dan tertutup, diplomasi publik ini bahkan di level tertinggi juga berfokus pada upaya membangun pemahaman serta memperluas pengaruh di luar jalur komunikasi resmi antar negara. Pada level ini, fokus utamanya adalah interaksi resmi antara perwakilan negara, termasuk negosiasi, perjanjian bilateral, diskusi multilateral, serta perundingan kesepakatan internasional dan

mempengaruhi kebijakan luar negeri melalui interaksi dengan mitra resmi. Pacher menekankan bahwa hubungan *government to government* tetap menjadi dasar penting yang membentuk dan mempengaruhi cara kerja diplomasi publik.

Pada tingkat kedua ialah *immediate strategic publics* yang menargetkan publik strategis tertentu yang menjadi fokus utama diplomasi publik. Kelompok ini umumnya meliputi pembuat opini, kaum elit, kelompok kepentingan atau individu berpengaruh yang mampu membentuk opini publik yang lebih luas atau mempengaruhi keputusan kebijakan di negara target (Snow, 2012). Cara mempengaruhi opini publik strategis dengan melakukan interaksi dengan publik strategis melalui pertukaran budaya dan pendidikan dan juga memerlukan pendekatan yang lebih intensif dan terfokus dibandingkan dengan pendekatan terhadap khalayak luas. Aktor yang terlibat dalam publik strategis ini banyak dari Aktor Non-Negara seperti jurnalis, kritikus, akademi universitas, influencer budayawan dan banyak dari komunitas yang lain. Publik strategis ini bersifat beragam, karena masing-masing memiliki kepentingan strategis dan posisi kekuasaan yang berbeda dalam konteks politiknya. Tujuan dari keterlibatan ini adalah membangun hubungan yang erat, membentuk opini publik dan menggerakkan tindakan yang sejalan dengan kepentingan serta nilai-nilai nasional. Proses ini umumnya melibatkan komunikasi timbal balik dan dialog serta mencerminkan pendekatan diplomasi publik yang lebih partisipatif dan inklusif (Pacher, Strategic Publics in Public Diplomacy: A Typology and a Heuristic Device for Multiple Publics, 2018). Kemudian pada tingkat ketiga ialah *mass public*, yaitu target paling luas yang mencakup masyarakat umum di luar negeri. Aktor yang

terlibat adalah meliputi masyarakat umum, pengunjung acara, penikmat budaya dan pengguna media sosial. Komunikasi di tingkat ini biasanya satu arah atau melalui media massa, dengan tujuan utama mengirimkan sinyal atau pesan umum. Walaupun hubungan di tingkat ini mungkin hanya berupa “sinyal”, Pacher tetap melihatnya sebagai bagian penting dari mekanisme hubungan. Ini berarti bahwa bahkan komunikasi satu arah yang luas pun berkontribusi pada pembentukan persepsi dan hubungan. Sinyal-sinyal ini meskipun tidak langsung interaktif, ini juga bisa membentuk pandangan awal dan kerangka kerja di masa depan. Tujuan utama pada tingkat ini adalah menyebarkan informasi secara luas dan membentuk persepsi publik, dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat internasional terhadap gagasan, nilai, lembaga dan budaya suatu negara, serta memperoleh dukungan terhadap kepentingan dan kebijakan nasionalnya. Upaya ini umumnya dilakukan melalui kampanye komunikasi berskala besar, seperti siaran televisi internasional, konten digital atau pameran publik yang dirancang agar dapat diakses oleh khalayak luas (Pacher, 2020).

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1. 2 Sintesa Pemikiran

Sumber : Disintesis dari Pacher (2018)

Pada bagan di atas merupakan sintesa pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini, yang menjelaskan alur dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini akan menggunakan teori tiga tingkat diplomasi publik Andreas Pacher. Secara struktural, model dari Pacher mengungkapkan bahwa diplomasi budaya ini merupakan strategi yang memanfaatkan dukungan antar pemerintah, menargetkan pihak-pihak berpengaruh, dan menyampaikan pesan kuat kepada masyarakat luas. Semua ini bertujuan untuk mencapai tujuan diplomatik Indonesia di Korea Selatan melalui kekuatan budaya.

Dalam paparan tersebut Indonesia sebagai negara multikultural yang memiliki potensi besar dalam diplomasi publik. Sintesa pemikiran ini menekankan bahwa promosi budaya Indonesia di Korea Selatan adalah aset strategis yang dapat diadaptasi untuk menyentuh ketiga tingkatan audiens Pacher. Melalui promosi

budaya yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul, budaya Indonesia dipromosikan dalam konteks diplomasi publik dalam jangkauan masyarakat Korea Selatan. Periode 2021-2024 menjadi krusial karena KBRI harus beradaptasi dengan kondisi pasca-pandemi COVID-19, dimana penggunaan platform digital dan strategi hibrida mungkin menjadi lebih dominan untuk menjangkau audiens di semua tingkatan.

1.6 Argumen Utama

Menurut penulis, dalam mempromosikan budaya Indonesia di Korea Selatan, KBRI Seoul melakukan 3 strategi diplomatik yang bertujuan membangun hubungan jangka panjang, sesuai dengan teori yang digunakan yakni Diplomasi Publik menurut Andreas Pacher yang dibagi menjadi model tiga tingkat. Secara lebih detail, penulis menguraikan bagaimana KBRI Seoul, selaku peran kunci dalam diplomasi publik, memanfaatkan *soft power* Indonesia melalui daya tarik seni budaya Indonesia. Dalam hal ini, penulis berargumen pada tingkatan pertama yakni *Government*, yang mengarahkan perhatian dengan pendekatan yang mendalam dan eksklusif. Ini terlihat dari acara-acara seperti Indonesian Festival, ASEAN Week, Peringatan 50 tahun hubungan diplomatik Indonesia-Korea Selatan. Sasaran utamanya adalah menumbuhkan pemahaman, apresiasi dan dukungan politik yang mampu membentuk narasi serta kebijakan di level tertinggi.

Untuk di tingkat ke dua yaitu *Immediate Strategic Publics*, argumen ini menunjukkan bahwa KBRI Seoul berupaya membangun kolaborasi dan kemitraan yang terstruktur serta berkelanjutan. Strategi ini fokusnya adalah pada publik strategis yang paling berpengaruh dan terdampak secara langsung oleh situasi

tersebut. Ini mencakup kerja sama dengan berbagai lembaga seperti museum seni, universitas, pusat kebudayaan Korea dan asosiasi profesional. KBRI berargumen mengadakan program bersama, seperti pameran, lokakarya tari atau musik dan pertukaran budaya dengan memanfaatkan jaringan serta kapasitas organisasi untuk memperluas jangkauan dan memperdalam interaksi dengan segmen audiens yang relevan dan spesifik.

Terakhir untuk tingkat *Mass Publics*, KBRI Seoul menerapkan strategi promosi yang menjangkau khalayak luas dan menarik perhatian massa. Ini termasuk pemanfaatan media massa konvensional maupun platform digital populer di Korea Selatan (misalnya YouTube, Instagram, atau Tiktok) untuk menyebarkan konten visual yang menarik dan mudah dipahami seputar seni tradisional Jawa. Selain itu, keikutsertaan dalam festival budaya publik berskala besar atau penyelenggaraan acara terbuka dan interaktif menjadi metode KBRI dalam meningkatkan kesadaran, memicu minat, serta membangun citra positif Indonesia secara luas di kalangan masyarakat Korea Selatan.

Promosi budaya Indonesia ini memfasilitasi dialog dan interaksi langsung, memungkinkan publik Korea Selatan untuk merasakan budaya Indonesia secara otentik dan membentuk opini mereka sendiri. Selain itu promosi yang dilakukan juga bertujuan menanamkan narasi positif tentang Indonesia dalam publik Korea Selatan. Narasi ini bukan kampanye singkat, melainkan upaya berkelanjutan untuk membangun citra yang kuat dan positif yang akan bertahan lama. Dengan mempromosikan budaya sebagai simbol keragaman dan kekayaan budaya

Indonesia, KBRI Seoul berupaya menciptakan kesan mendalam dan berkesan yang akan terus membentuk persepsi publik Korea Selatan di masa depan.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk memahami proses secara mendalam bagaimana strategi yang dilakukan oleh KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya Indonesia di Korea Selatan sebagai bagian dari diplomasi publik Indonesia. Penelitian kualitatif adalah cara untuk mempelajari fenomena sosial dengan melihatnya dari sudut pandang orang yang terlibat. Metodenya mengumpulkan data mendalam seperti hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumen, bukan data angka (Lincoln, 1994). Penelitian ini juga bersifat deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara rinci bagaimana diplomasi budaya dilakukan, strategi dan media apa yang digunakan, serta respon apa dari pihak publik Korea Selatan terhadap promosi budaya. Penulis juga menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu dengan menjadikan strategi KBRI dalam promosi budaya Indonesia di Korea Selatan pada tahun 2021-2024 yang dianalisis secara mendalam. Alasan penulis memilih studi kasus ini ialah budaya Indonesia memiliki nilai strategis dan simbolik tinggi dalam diplomasi budaya Indonesia serta memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian *soft power* dan diplomasi publik berbasis budaya.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini mencakup kegiatan diplomasi publik yang berlangsung dalam rentang waktu tahun 2021 hingga 2024. Pemilihan tahun 2021 menjadi awal penelitian karena transisi pasca pandemi Covid-19 yang sangat membatasi aktivitas tatap muka global pada tahun 2020. Periode ini sangat relevan untuk mengkaji bagaimana KBRI Seoul beradaptasi dengan kondisi “normal baru” dalam diplomasi publik. Dan pemilihan tahun 2024 sebagai akhir penelitian karena data di tahun tersebut adalah yang terakhir kali tercatat secara utuh.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui tinjauan literatur studi pustaka dari jurnal, buku dan artikel. Selain itu peneliti juga melakukan pengumpulan dokumen seperti laporan kegiatan resmi dari KBRI Seoul yang meliputi artikel berita, siaran pers dan media lokal resmi dari Korea Selatan terkait promosi tersebut. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memperkuat argumen serta mendukung pembahasan dalam penelitian ini.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik kualitatif. Analisis data yang digunakan adalah menyaring data yang relevan, kemudian merangkum poin-poin penting yang berkaitan dengan strategi diplomasi, bentuk representasi budaya dan respon publik. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam dan komprehensif bagaimana strategi diplomasi publik Indonesia yang

diterapkan oleh KBRI Seoul dalam melakukan promosi budaya Indonesia yang ada di Korea Selatan.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dalam empat bab, yang sudah dibagi secara sistematis sebagai berikut:

BAB I akan menjadi pembuka yang mengenalkan topik pembahasan yang dibahas. Pemaparan dalam pendahuluan akan terdiri dari Latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Landasan Teori dan Konseptual, Sintesa Pemikiran, Argumen Utama, dan Sistematika Penulisan.

BAB II akan menjelaskan strategi KBRI Seoul dalam promosi budaya Indonesia di Korea Selatan berdasarkan tingkat *Government to Government*

BAB III akan menjelaskan strategi KBRI Seoul dalam promosi budaya Indonesia di Korea Selatan berdasarkan tingkat *Immediate strategic publics* dan *Mass publics*.

BAB IV akan berisi penutup untuk penelitian ini yang berisikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta berisi saran untuk penelitian lanjutan atau kebijakan budaya ke depan.