

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara pada dasarnya merupakan suatu tatanan yang susah untuk bergerak sendiri demi memenuhi kepentingan nasionalnya. Demi mengelola kebutuhan suatu negara yang belum tercukupi, sebuah negara melakukan suatu pendekatan yang dimana mereka melakukan kerjasama global yang menyangkut kepentingan bersama, yakni melalui diplomasi. Diplomasi dijelaskan sebagai instrumen yang digunakan oleh suatu negara untuk memudahkan kepentingan nasionalnya, diplomasi memainkan peran penting dalam mempertahankan dan mengelola hubungan antar negara. Sebagai bagian utama dari kebijakan luar negeri, diplomasi digunakan untuk mencapai dan menjaga perdamaian, keamanan, serta kerja sama antar negara (Constantinou, Cornago, & McConnell, 2016). Tugas diplomasi mencakup berbagai hal seperti negosiasi perjanjian internasional, membantu dalam penyelesaian konflik, serta mempromosikan nilai dan kepentingan negara di tingkat global. Diplomasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk menyalurkan dan pertukaran budaya antar negara. Sehubungan dengan penggunaan diplomasi sebagai alat untuk menyalurkan budaya, diplomasi dengan penggunaan yang tepat juga dapat membantu menampilkan identitas negara yang dibentuk melalui sejarah, nilai-nilai, dan interaksi sosial dengan negara lain.

Untuk memajukan kepentingan nasional dalam menunjukkan identitas negara yang menarik di mata global, negara-negara telah memiliki cara yang efektif untuk menggunakan budaya untuk menjalin kerjasama internasional, yakni melalui

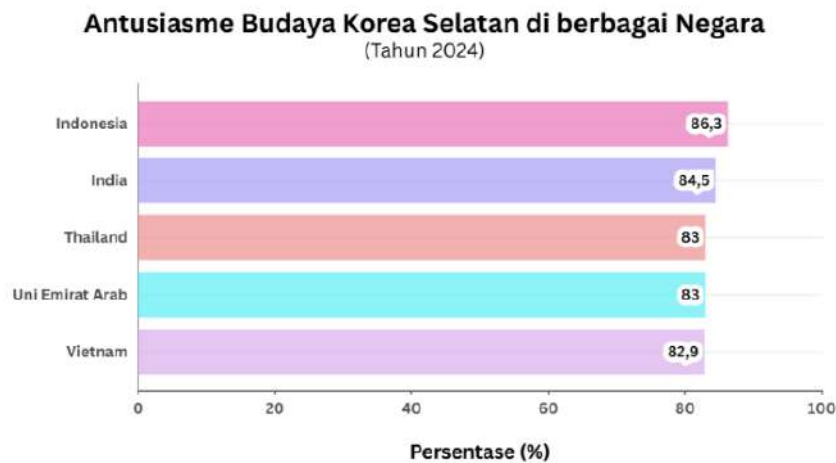
diplomasi budaya. Diplomasi budaya adalah cara berdiplomasi yang melibatkan masyarakat, dengan menggunakan berbagai aspek budaya untuk mempererat hubungan antar negara. Diplomasi budaya diartikan sebagai pertukaran gagasan, informasi, seni, serta hal-hal lain terkait budaya antar bangsa guna meningkatkan pemahaman bersama. Dengan demikian, diplomasi budaya merupakan bentuk diplomasi kontemporer melibatkan proses konstruksi dan representasi identitas nasional (Pigman, 2010). Pada era globalisasi yang dimana perkembangan teknologi sekarang yang serba modern dan informatif, terdapat perubahan dan penyebaran budaya secara masif melalui internet. Korea Selatan menggunakan kepopuleran *Hallyu* sebagai alat diplomasi mereka, bukan hanya untuk penyebaran budayanya saja namun juga untuk menjalin kerjasama dan hubungan dengan negara lain. Popularitas ekonomi budaya Korea yang telah diraih di seluruh dunia memiliki berbagai elemen, khususnya dalam hal K-pop, K-drama, K-Fashion, K-Food, film, dan budaya hiburan Korea lainnya (Sun, 2024).

Gelombang Korea atau biasa disebut *Korean Wave* ini sudah ada lebih dari dua dekade, Korea Selatan telah menunjukkan bahwa fenomena tersebut bukan hanya tren sementara, tapi sebuah fenomena budaya yang mempengaruhi dunia. *Hallyu* menciptakan wacana yang rumit, di mana media, pemerintah, pasar, dan penonton semuanya terlibat. Mulai dari drama dan K-pop hingga budaya digital yang cepat berkembang berkat internet, *Hallyu* telah mengalami perubahan besar dalam 20 tahun terakhir (Hong, Park, Park, & Oh, 2019). Dengan perkembangan budaya yang dialami oleh Korea Selatan, Gelombang Korea juga membantu pemerintah meningkatkan citra negara dan memperkuat *soft power* karena daya

tarik dari konten budaya yang ditawarkan. Budaya pop Korea Selatan tidak hanya sekadar hiburan atau seni, tetapi juga digunakan sebagai cara untuk mendorong pembangunan manusia, mempererat hubungan antar komunitas, dan membangun kerja sama internasional. Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa ekspor budaya memiliki potensi sebagai aset diplomasi budaya yang penting, lalu mulai mengadakan kebijakan yang mendukung adanya Gelombang Korea ini. Salah satu implikasi peran pemerintah untuk menyebarluaskan pengaruh global budaya Korea yakni melalui *Korean Cultural Center* (KCC).

Korean Cultural Center merupakan organisasi dibawah naungan Kedutaan Besar Republik Korea, dan dijalankan juga oleh *Korea Culture and Information Service* (KOCIS), serta *Ministry of Culture, Sport, and Tourism* (MCST) dalam memfasilitasi program-program ekspansi budaya Korea Selatan. Terdapat sekitar 37 *Korean Cultural Center* pada 30 negara di seluruh dunia (*Korean Cultural Centers*). KCC adalah platform yang menjadi jembatan dunia untuk memperkenalkan sisi budaya Korea, Indonesia menjadi salah satu negara yang antusias dalam ekspansi budaya Korea ini. Korea Selatan dengan Indonesia memiliki hubungan diplomatik budaya yang erat, yang dimana pada tahun 2007, terdapat pengesahan persetujuan antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Republik Korea mengenai kerjasama pada sektor kebudayaan (*Agreement between the Government of the Republic of Indonesia and the Government of the Republic of Korea on Cultural Cooperation*). Dalam perjanjian tersebut, kedua pihak sepakat untuk mencari langkah-langkah yang spesifik dan realistis di bidang budaya (PERPRES, 2007).

Pertumbuhan budaya Korea Selatan di Indonesia berkembang dengan cepat seiring dengan antusias masyarakat Indonesia terhadap culture Korea. Antusiasme Masyarakat Indonesia terhadap hallyu ini dikategorikan menjadi salah satu negara dengan minat paling tinggi diantara negara-negara asing utama.



Gambar 1. 1 Data Antusiasme Budaya Korea di Berbagai Negara Pada Tahun 2024

Sumber: The Ministry of Culture (2024)

Terbukti dengan laporan survey pada tahun 2024 yang dikeluarkan oleh MCST melalui siaran pers untuk mengindikasikan persepsi audiens di dunia terhadap konten korea, Survei itu menanyakan apakah peserta secara umum menyukai konten budaya Korea yang mereka telah rasakan, dan 68,8% di antara mereka menjawab secara positif. Negara-negara dengan tingkat kesukaan tertinggi antara lain India 84,5%, Thailand, Uni Emirat Arab, dan Vietnam dengan tingkat rata-rata peminatan masing-masing sebesar 83,0%, Indonesia berada di peringkat pertama sebagai negara dengan tingkat ketertarikan tertinggi terhadap Korea, yaitu sebesar 86,3% yang menunjukkan tingkat kesukaan yang tinggi khususnya di kawasan Asia Tenggara.

Hubungan antarnegara menjadi semakin berkembang seiring jalannya waktu dengan adanya *Korean Cultural Center Indonesia* (KCCI) pada tahun 2011. KCCI menggelar beberapa event menarik seputar budaya-budaya Korea, salah satunya yang ramai digelar setiap tahunnya yakni Korea-Indonesia Film Festival (KIFF). KIFF merupakan festival film yang berlangsung sejak tahun 2013 hingga sekarang. KIFF menyajikan penayangan film Korea Selatan yang terdiri dari berbagai genre film, serta terdapat film-film Indonesia, sehingga para audiens bisa menikmati film dari kedua negara (Cicilia & Nurcahyani, 2018). Melalui film, KIFF membawa cerita, nilai, dan kehidupan masyarakat Korea Selatan, dan juga menjadi tempat untuk belajar, memahami, serta menghargai budaya Indonesia melalui perspektif yang berbeda. Dengan adanya festival ini, para audiens bisa menikmati film yang tersedia dalam layar bioskop pada wilayah tertentu di Indonesia.

Penggunaan film sebagai alat diplomasi publik tidak hanya KIFF saja, banyak yang menggunakan film sebagai aset diplomasi mereka, diantara festival film yang diselenggarakan di Indonesia tersebut antara lain Japanese Film Festival Indonesia yang diselenggarakan oleh *The Japanese Foundation*, Festival Sinema Prancis yang diselenggarakan oleh Institut Prancis Indonesia (IFI), dan German Cinema yang diselenggarakan oleh Goethe-Institut Jakarta (Hafiizh, 2021). Alasan peneliti mengambil topik ini karena ketertarikan peneliti untuk menganalisis upaya diplomasi publik atau budaya yang berfokus pada negara Korea Selatan. Korea Selatan dengan gerakan *Hallyu* nya yang menjadi pusat kepopuleran mereka, memiliki aset-aset yang dapat dijadikan pengaplikasian budaya mereka, salah satunya yakni melalui film.

Untuk memberikan dasar dan informasi yang mendukung hasil penelitian yang akan dibahas, penulis menyampaikan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian tersebut. Terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan upaya diplomasi publik melalui penggunaan festival film sebagai alat diplomasi, yang berjudul “Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan Ke Indonesia Melalui Festival Film (2021-2023)” Ditulis oleh (Hayati, 2024) skripsi UPNVJT. Penelitian tersebut membuktikan upaya Korea Selatan untuk melakukan diplomasi publik ke negara Indonesia menggunakan festival film sebagai alat diplomasinya. Upaya-upaya tersebut dilakukan oleh pemerintah, serta pusat kebudayaan Korea Selatan dan upaya tersebut dianalisis oleh penulis menggunakan teori diplomasi publik oleh Andreas Pacher untuk menganalisis dampak dari diplomasi film ini terhadap rekognisi masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan selama era pandemi khususnya pada tahun 2021-2023.

Pada penelitian yang ditulis oleh (Hafiizh, 2021) yang berjudul Penelitian selanjutnya berjudul “Diplomasi Publik Korea Selatan Melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF)”. Dalam penelitian tersebut ditunjukkan bahwa para duta dari Korea Selatan melihat film mengandung *soft power* yang dimana digunakan sebagai alat diplomasi publik. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut, yaitu diplomasi publik milik Cull tahun 2009. Dianalisis meningkatkan citra negara budaya Korea Selatan aktor-aktor Korea Selatan melakukan pendekatan diplomasi menggunakan film sebagai alat diplomasi dengan negara Indonesia melalui agenda tahunan Korea-Indonesia Film Festival (KIFF) yang diselenggarakan oleh *Korean Cultural Center* Indonesia.

Pada penelitian selanjutnya oleh (Halali, 2024) berjudul “Dampak Kerjasama Korea-Indonesia Film Festival (KIFF) Terhadap Kepentingan Nasional Indonesia Tahun 2013-2019”. Penelitian ini menunjukkan hubungan bilateral antara Korea Selatan dan Indonesia yang terus berkembang melalui kebudayaan khususnya Korean Wave melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF). Penulis meneliti dampak dari kerjasama yang dilakukan oleh Korea Selatan dan Indonesia selama tahun 2013 hingga 2019 program KIFF ini. Penulis menganalisis dampak kerjasama tersebut menggunakan tiga konsep untuk dijadikan dasar berpikirnya, yakni menggunakan teori kerjasama internasional, kepentingan nasional, dan konsep diplomasi budaya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik Korea Selatan melalui media budaya, terutama dalam produk hiburan populer, sudah banyak diteliti dan terbukti efektif dalam meningkatkan citra positif Korea Selatan serta memperkuat hubungan bilateral dengan Indonesia. Namun demikian, penelitian sebelumnya masih memiliki beberapa keterbatasan. Kebanyakan penelitian terdahulu hanya fokus pada masa sebelum dan selama pandemi COVID-19, sehingga kurang mendalam dalam menganalisis dinamika diplomasi publik Korea Selatan setelah pandemi. Menurut penulis, penelitian sebelumnya lebih mengarah hanya melihat festival film sebagai alat promosi budaya, tanpa secara rinci menganalisis strategi, pelaku, dan cara penerapan yang digunakan melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF) dalam konteks yang lebih modern. Penelitian ini penting karena bisa memberikan masukan dan pertimbangan kepada para pembuat kebijakan, terutama lembaga

budaya dan diplomasi Korea Selatan, dalam merancang dan memperbaiki strategi diplomasi budaya di Indonesia. Hasilnya juga bisa jadi acuan untuk Indonesia agar memahami cara kerja diplomasi budaya dari negara mitra serta memanfaatkan kolaborasi budaya sebagai sarana memperkuat hubungan antar negara.

Selain itu, penelitian tentang KIFF umumnya masih bersifat umum dan belum secara spesifik menganalisis evolusi peran KIFF sebagai alat diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam rentang waktu tertentu yang berkelanjutan, khususnya pada periode 2020–2025, yang ditandai dengan awal mula pandemi COVID-19 yang menyebar pada masyarakat global dan pada festival KIFF penyelenggaraan yang biasanya dilakukan secara *offline* di beberapa bioskop tertentu, pada tahun 2020 dilakukan secara hibrida yang dimana ditayangkan melalui bioskop dan platform aplikasi streaming online.

Selama ini diplomasi budaya Korea Selatan kerap menggunakan *Korean Wave/hallyu* seperti K-Pop, K-Drama, K-Fashion, games, makanan, dan hal-hal lainnya sebagai alat untuk melakukan diplomasi antarnegara. Terbukti masih minim penelitian yang mengkaji mengenai festival film sebagai instrumen diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia. Sasaran Korea Selatan melakukan diplomasi ke Indonesia dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan minat tertinggi untuk konten budaya Korea menurut responden di dunia dilansir dari MCST. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan populasi terbanyak di dunia, apalagi dengan generasi muda yang masif dengan ketertarikan terhadap budaya luar. Dengan ini, strategi Korea Selatan dalam mengembangkan sektor budayanya melalui festival film ini bisa dianggap sebagai langkah yang tepat dalam

konteks diplomasi budaya masa kini. KIFF hadir bukan hanya untuk menayangkan film, tetapi juga sebagai wadah pertukaran budaya yang melibatkan pertemuan langsung antara pembuat film, para pelaku industri kreatif, serta masyarakat Indonesia sebagai penonton. Melalui KIFF, Korea Selatan berusaha menciptakan kesan positif sebagai negara yang maju di bidang perfilman dan kreatif, sekaligus memperkuat hubungan antar manusia antara kedua negara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah **Bagaimana strategi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam mempromosikan budaya melalui Korea Indonesia Film Festival pada tahun 2020-2025?**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Penelitian ini dilakukan demi memenuhi mata kuliah skripsi yang menjadi ketentuan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan diplomasi budaya Korea Selatan melalui Korea Indonesia Film Festival (KIFF) tahun 2020-2025. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran KIFF sebagai alat diplomasi dalam membangun citra positif Korea Selatan di Indonesia, memperkuat hubungan

budaya antara kedua negara, serta meningkatkan pemahaman dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap nilai-nilai budaya Korea.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Diplomasi Budaya

Dalam konteks penyebaran budaya melalui festival film, penulis menganalisa penelitian menggunakan konsep Diplomasi Budaya milik Cynthia Schneider. Cynthia Schneider menggambarkan bahwa diplomasi budaya merupakan alat sebagai pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek budaya lainnya diantara bangsa-bangsa dan rakyat untuk menumbuhkan rasa saling pengertian (Schneider, 2003). Cynthia Schneider menjelaskan bahwa diplomasi budaya dalam berbagai bentuknya merupakan alat yang sangat penting, mungkin bahkan terbaik, untuk mengkomunikasikan hal-hal yang tidak bisa dilihat seperti kebebasan individu, keadilan, dan kesempatan bagi semua keragaman dan toleransi. Dapat diketahui bahwa penggunaan diplomasi budaya merupakan hal yang penting untuk menunjukkan eksistensi keberagaman budaya yang ada pada lingkungan global. Dalam konsep diplomasi budaya milik Cynthia Schneider terdapat unsur-unsur inti diplomasi budaya yang didefinisikan melalui beberapa indikator, yaitu:

1.4.1.1 *Catering To The Local Market*

Dapat dijabarkan dalam teori diplomasi budaya terdapat inisiatif diplomasi budaya yang efektif dapat dibuat berdasarkan program, pameran, atau pertunjukan yang sudah ada. Namun yang terpenting adalah inisiatif tersebut beresonansi dengan penduduk setempat. Terkadang dampak positifnya dapat diprediksi, terkadang tidak. Dalam indikator ini aktor yang melakukan diplomasi budaya

memasuki pasar lokal yang dimana harus melakukan penyesuaian sesuai nilai, minat struktur dinamika audiens lokal, serta menjalin kerja sama dengan mitra lokal yang paham dengan keadaan negaranya sehingga penggunaan diplomasi budaya terjalin secara efektif dengan preferensi audiens (Schneider, 2003).

1.4.1.2 *Cultural Connections*

Dalam elemen ini dijelaskan bahwa budaya menjadi koneksi dan menjadi penghubung antar negara untuk pemahaman lintas budaya. Pada *cultural connections* dijelaskan bahwa diplomasi budaya yang sukses dapat memanfaatkan tradisi budaya atau sejarah lokal, yang menyoroti hubungan antara aktor diplomasi budaya dengan negara sasaran tuan rumah. Elemen-elemen budaya seperti festival, seni, musik, film, tradisi, bahasa, serta adat istiadat digunakan sebagai media untuk penyaluran beragam eksistensi budaya yang dimiliki dalam kancah global (Schneider, 2003).

1.4.1.3 *Leveraging Opportunities*

Dalam indikator ini dalam penerapan diplomasi budaya dilakukan melalui strategi dengan memanfaatkan peluang untuk melakukan penyebaran budaya dan pesan diplomatik secara masif kepada audiens global. inti dari indikator *leveraging opportunities* adalah kemampuan suatu negara untuk mengenali, menangkap, dan memaksimalkan peluang yang sudah ada. Dengan globalisasi saat ini yang dimana sudah serba digital, dunia internet telah menjadi sarana yang efektif dan menjadi bentuk peluang untuk menjangkau masyarakat yang beragam. Dengan platform media sosial ataupun kanal resmi suatu pemerintah atau aktor non-pemerintah untuk penyebaran informasi mengenai elemen budaya-budaya seperti festival, film,

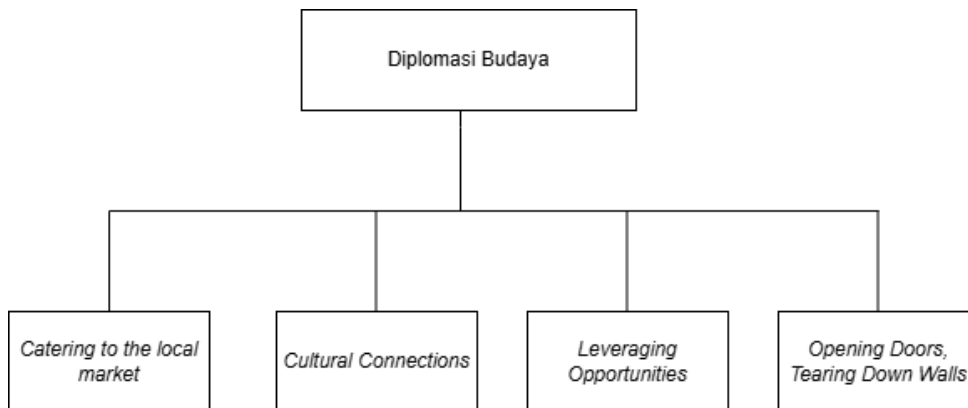
seni, musik, serta tradisi lokal ke kancah internasional pada alat digital yang digunakan sehari-hari (Schneider, 2003).

1.4.1.4 *Opening Doors, Tearing Down Walls*

Pada elemen diplomasi budaya ini diklasifikasikan sebagai upaya untuk membuka jalan interaksi, komunikasi beragam budaya serta bagaimana upaya dalam mengeksplorasi strategi apabila terdapat hambatan, *opening doors, tearing down walls* merupakan indikator diplomasi budaya yang berpotensi menciptakan suasana keterbukaan yang unik, seringkali melalui pengalaman bersama dalam sebuah acara budaya. Melalui diplomasi budaya, negara-negara dapat menggunakan platform untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya, dan identitas negara, serta membuka ruang untuk melakukan kolaborasi antar budaya atau kerjasama berkelanjutan antar negara (Schneider, 2003).

Pengaplikasian teori diplomasi budaya dalam konteks diplomasi budaya Korea Selatan ke Indonesia melalui Korea Indonesia Film Festival (KIFF) tahun 2020-2025 diaplikasikan melalui empat indikator diplomasi budaya tersebut. Dengan menerapkan empat indikator diplomasi budaya yang dibuat oleh Cynthia Schneider, penelitian ini bertujuan menganalisis cara Korea Selatan menggunakan Festival Film Korea-Indonesia sebagai alat diplomasi budaya untuk memperkenalkan budaya Korea serta memperkuat hubungan budaya dengan Indonesia pada masa 2020 hingga 2025.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1. 2 Sintesa Pemikiran
Sumber: Schneider (2003)

Penulis merangkum sintesa pemikiran berdasarkan kerangka pemikiran yang dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan sintesa pemikiran diatas penulis ingin menjelaskan penggunaan diplomasi budaya Korea Selatan dengan Indonesia melalui film menggunakan teori diplomasi budaya milik Cynthia Schneider. Dalam elemen diplomasi budaya milik Cynthia Schneider diidentifikasi kedalam berbagai beberapa indikator, yakni *catering to the local market*, *Cultural connections*, *leveraging opportunities*, dan, *opening doors, tearing down walls*. Indikator *catering to the local market* dijelaskan bahwa aktor diplomasi budaya melakukan penyesuaian terhadap pasar lokal dan melakukan kolaborasi dengan mitra lokal guna untuk pemahaman terhadap preferensi audiens negara tujuan. Pada indikator *cultural connections* dijelaskan budaya sebagai jembatan untuk membangun hubungan. Lalu indikator *leveraging opportunities* menjelaskan bahwa penggunaan diplomasi budaya secara efektif dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti perkembangan teknologi pada masa kini. Indikator yang terakhir yakni *opening*

doors, tearing down walls yakni diplomasi budaya sebagai pembuka ruang untuk berinteraksi ataupun peluang untuk melakukan kolaborasi antar budaya.

1.6 Argumentasi Utama

Penulis berargumen bahwa diplomasi budaya Korea Selatan terhadap Indonesia melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF), dilakukan melalui empat indikator utama konsep diplomasi budaya milik Cynthia Schneider, yakni *catering to the local market, cultural connections, leveraging opportunities*, dan *opening doors, tearing down walls*. Pada indikator *Catering to the local market* dijelaskan pada konteks diplomasi budaya melalui festival film KIFF bahwa pemerintah Korea Selatan menyesuaikan aktivitas festival film dengan minat masyarakat lokal Indonesia, seperti pemilihan film dan lokasi festival, penggunaan *subtitle* dalam film, kerjasama dengan mitra lokal Indonesia. Lalu pada indikator *cultural connections* festival film ini digunakan sebagai jembatan budaya untuk memperkenalkan budaya seperti representasi budaya-budaya, tradisi korea yang ditampilkan dalam film. Pada *leveraging opportunities* para aktor penyelenggara KIFF memanfaatkan peran platform digital media sosial sebagai alat penyebaran informasi mengenai festival film. Serta pada indikator *opening doors, tearing down walls* festival film menggunakan strategi untuk meruntuhkan hambatan menggunakan ruang interaksi budaya Korea-Indonesia dimana terdapat kegiatan tambahan seperti konferensi pers, sesi tanya jawab antar sineas dengan penonton yang membuka ruang untuk peluang berkolaborasi dalam industri film serta bagaimana strategi KCCI dalam meruntuhkan hambatan yang ada.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dipadukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah cara melakukan penelitian yang berfokus pada fenomena atau gejala-gejala yang terjadi secara alami. Pendekatan kualitatif mengemukakan pentingnya memahami perilaku seseorang berdasarkan cara berpikir dan bertindak mereka (Abdussamad, 2021). Dapat diketahui dalam penelitian kualitatif tersebut berasal dari data yang diperoleh, dan teori yang terkait dengan pendekatan ini dianggap sebagai aturan dan pedoman untuk menjelaskan bagian-bagian atau pernyataan-pernyataan yang dapat dijelaskan secara deskriptif atau secara proporsional. Dalam konteks diplomasi budaya Korea Selatan melalui KIFF pada tahun 2020-2025 ini, pengambilan metode ini memungkinkan peneliti untuk menguraikan penggunaan diplomasi budaya dan menganalisis konten media yang dipublikasikan oleh seperti konferensi pers, sesi tanya jawab, yang bertujuan untuk mempromosikan budaya Korea Selatan ke Indonesia.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini mencakup periode tahun 2020 hingga 2025, yang dimana ditandai dengan pascapandemi COVID-19 yang melanda di seluruh dunia. Pada tahun 2020, Korea Indonesia Film Festival (KIFF) diadakan perubahan yang dimana dari tahun sebelumnya ditayangkan di bioskop, dan pada tahun ini dilakukan secara hibrida yang dimana festival ini dapat disaksikan secara offline di bioskop, dan online melalui *platform video live-on-demand* dan *live streaming* interaktif. Dalam periode ini dapat disaksikan bagaimana festival film ini dapat

melakukan penyesuaian dengan konsep hibrida. Hingga tahun 2025, yang menjadi penyelenggaraan KIFF terakhir dalam masa penelitian ini, festival film tersebut menunjukkan adanya kemajuan dalam penyelenggaraan serta cara-cara yang digunakan untuk menyebarkan budaya Korea kepada masyarakat Indonesia. Pada masa ini dapat dilihat bagaimana festival film ini mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, perubahan pola konsumsi media oleh masyarakat, serta dinamika hubungan budaya antara Korea Selatan dan Indonesia.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni cara yang penulis pakai untuk mengumpulkan data-data, fakta, dan informasi yang mendukung jalannya penelitian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian yang berjudul “Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korea Indonesia Film Festival (KIFF) 2020-2025.” akan dianalisis melalui 4 indikator diplomasi budaya, yakni *catering to the local market*, *Cultural connections*, *leveraging opportunities*, dan *opening doors, tearing down walls*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau mengambil subjek dalam dokumen yang tersedia. Pengambilan data menggunakan teknik dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui penelaahan sumber tertulis seperti buku, laporan, notulen rapat, catatan harian dan lainnya sebagaimana memuat data atau informasi yang diperlukan oleh peneliti (Abubakar, 2021). Penulis menggunakan subjek penelitian yang diperoleh pada indikator *catering to the local market* melalui website, artikel berita, kanal resmi KCCI. Pada *cultural connections* penelitian diteliti melalui pemberitaan serta website-website untuk memperoleh

data mengenai film-film serta budaya yang ditampilkan pada KIFF. Pada indikator *leveraging opportunities* data dicari melalui penggunaan sosial media Instagram, X, Facebook, Youtube. Lalu pada indikator *opening doors, tearing down walls* data dicari melalui website resmi KCCI, dan berita mengenai konferensi pers dan interaksi dalam pelaksanaan Korea-Indonesia Film Festival.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data kualitatif. Metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara menyeluruh dengan pengumpulan data yang komprehensif yang menunjukkan pentingnya suatu data yang diteliti (Chand, 2025). Data kualitatif biasanya berupa lisan maupun gambar dan biasa dikumpulkan menggunakan metode pengkajian dokumen, studi literatur, observasi, dan wawancara. Melalui tahapan analisis data tersebut, peneliti mengambil poin-poin yang dibutuhkan sesuai dengan topik yang diambil yakni mengenai Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korea Indonesia Film Festival (KIFF) 2020-2025.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi 4 bab, yaitu

Bab I, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, dan metodologi penelitian.

Bab II, berisikan pembahasan mengenai diplomasi budaya Korea Selatan dan Indonesia melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF) dengan indikator *catering to the local market*, dan *cultural connections*.

Bab III, berisikan pembahasan mengenai diplomasi budaya Korea Selatan dan Indonesia melalui Korea-Indonesia Film Festival (KIFF) dengan indikator *leveraging opportunities*, dan *opening doors, tearing down walls*.

Bab IV, berisikan kesimpulan penelitian ini, disertai saran penulis untuk penelitian selanjutnya.