

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korea Selatan, atau nama resminya Republik of Korea (ROK), merupakan negara yang terletak di wilayah Asia Timur. Lebih tepatnya, negara ini berada di bagian selatan Semenanjung Korea dan berbatasan langsung dengan Korea Utara. Negara yang aktif melakukan kegiatan ekspor impor ini pernah mengalami krisis finansial pada tahun 1997. Hal tersebut membuat pemerintah Korea Selatan mengubah strategi perekonomiannya. Salah satunya dengan menjadikan industri budaya Korea Selatan sebagai sarana mesin pertumbuhan ekonomi.¹

Budaya Korea Selatan dikemas dalam bentuk serial drama dan film kemudian “dijual” ke luar negeri. Strategi tersebut dapat dikatakan berhasil, dimana serial drama Korea Selatan berjudul *What is Love* mendapat respon yang baik di Tiongkok. Semenjak itu, kontribusi industri budaya Korea Selatan terhadap perekonomian negaranya meningkat. Keberhasilan pemerintah Korea Selatan dalam memulihkan perekonomian ini juga memberi dampak yang baik pada citra Korea Selatan. Korea Selatan dipandang sebagai negara yang dapat bangkit dari keterpurukannya.²

Sejak saat itu Korea Selatan mulai menaruh perhatian lebih pada citra negara dan industri budayanya. Hingga tidak lama kemudian istilah *Korean wave* muncul. *Korean*

¹ Martin Roll.com. *Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture*. Agustus 2020. Diakses dari <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>.

² MOFA Republic of Korea. *Hallyu: Gelombang Korea (한류: Korea Wave)*. Tentang Korea. Diakses dari https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do.

wave atau gelombang Korea merupakan istilah untuk menjelaskan fenomena tersebarnya budaya populer Korea Selatan dalam bentuk serial drama, film, musik dan produk hiburan lainnya secara global. Namun, *Korean wave* bukanlah hanya sekedar aktivitas transfer budaya saja, tetapi juga telah menjadi salah satu sarana *soft diplomacy* dalam mencapai kepentingan pembangunan citra Korea Selatan.³

Bagi pemerintah Korea Selatan, citra merupakan hal penting yang harus dijaga demi keberlangsungan negaranya. Citra suatu negara dapat menentukan keberadaan dan memperkuat pengaruhnya pada masyarakat internasional. ⁴ Pemerintah Korea Selatan percaya bahwa citra menentukan bagaimana masyarakat internasional memandang atau menilai negaranya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Lee Myung-bak dalam pidato *Liberation Day* tahun 2008:

*“It is important for Koreans to win the respect of the international community. If we want to be seen as an advanced country, we must improve our reputation significantly”.*⁵

Artinya, Korea Selatan perlu meningkatkan reputasi negaranya jika ingin dipandang sebagai negara maju dan dihormati oleh masyarakat internasional. Maka dari itu, pemerintah Korea Selatan selalu berusaha untuk memperbaiki dan membangun citra negaranya.

³ The Korea Herald. [KOREA'S IMAGE ABROAD] *Korean culture key to promoting a positive national image*. 6 April 2010. Diakses dari <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20051123000044>.

⁴ Yun Y. Cho. *Public Diplomacy and South Korea's Strategies*. The Korean Journal of International Studies 10-2. December 2012. Hal. 276.

⁵ Presidential Council on Nation Branding. *Background & Objective*. 15 Agustus 2008. Diakses dari <http://17koreabrand.pa.go.kr/gokr/en/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0118&m1=1&m2=3>.

Pembangunan citra Korea Selatan salah satunya dilakukan melalui pengembangan budaya populernya atau *Korean wave*. *Korean wave* dapat membantu memperkuat citra melalui pembangunan ekonomi, pariwisata dan peningkatan pengaruhnya di kancah internasional. Maka dari itu pemerintah Korea Selatan mendukung pengembangan budaya populernya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Kim Jong-deok, Menteri Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan:

*“We, the Korean government and The Culture Ministry, support the work they want to make, but we would not take any role in getting involved in the actual working process. It’s the working people, I mean, film makers or singers, who take the lead in actually promoting the Korean Wave outside South Korea”.*⁶

Dari pernyataan itu juga dapat diketahui bahwa terdapat aktor non-negara seperti industri film dan penyanyi yang menjadi bagian dari pengembangan dan penyebaran budaya populer Korea Selatan di kancah internasional. Bahkan Euh Yoon-dae, Ketua *Presidential Council on Nation Branding*, menyatakan bahwa peran dan partisipasi dari masyarakat akan sangat membantu membangun identitas Korea Selatan.⁷ Sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi aktor non-negara dalam penyebaran dan pengembangan budaya populer dapat membantu membangun citra Korea Selatan.

Salah satu kontribusi aktor non-negara dapat dilihat dari penyebaran budaya populer Korea Selatan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bekerja pada industri budaya. Adanya dukungan dari pemerintah Korea Selatan

⁶Sohn Jiae. *Content producers lead Korean Wave*. KOREA.net. 7 April 2016. Diakses dari <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=134924>.

⁷ Johnathan Davis. *Interview: Euh Yoon-Dae, the Chairman of PCNB, Korea*. International Business Times. 22 Juli 2010. Diakses dari <https://www.ibtimes.com/interview-euh-yoon-dae-chairman-pcnb-korea-246572>.

dalam penyebaran budaya populernya, serta adanya dampak positif dari industri budaya bagi perekonomian membuat kegiatan industri hiburan di Korea Selatan meningkat, salah satunya produksi serial drama.⁸

Serial drama Korea Selatan saat ini menjadi semakin populer dan diterima oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Tema yang diangkat dalam serial drama Korea Selatan juga semakin beragam. Pesan yang disampaikan dan hal apapun yang digambarkan dalam serial drama dapat membangun opini dan mempengaruhi persepsi publik akan suatu hal. Sehingga serial drama dapat dijadikan sebagai alat komunikasi internasional dan membantu membangun citra suatu pihak, ataupun negara. Sebagaimana dengan serial drama yang dianalisis dalam tulisan ini, yaitu serial drama *Crash Landing on You*.

Crash Landing on You (CLOY) merupakan serial drama fiksi dari Korea Selatan yang menceritakan kisah antara seorang pewaris keluarga konglomerat Korea Selatan dengan seorang tentara Korea Utara. Serial drama yang tayang dari Desember 2019 hingga 15 Februari 2020 ini berhasil menarik banyak penonton. Terdapat praktik-praktik hubungan internasional yang mewarnai alur cerita serial drama CLOY.⁹ CLOY juga dinilai berhasil menggambarkan kehidupan dan hubungan antara Korea Selatan dan Korea Utara, serta berhasil memadukan budaya populer dengan politik.¹⁰

⁸ VOI. *Proyeksi 2021: Drama Korea Jadi Primadona, Persaingan Layanan Streaming Makin Ketat*. 1 Januari 2021. Diakses dari Cr

⁹ Hasil diskusi “*Crash Landing on You: the Military Act and Its Relevance to International Relations*” oleh Divisi Ilmiah HIMAHI Universitas Airlangga pada 22 Mei 2020.

¹⁰ S. Epstein. & C. Green. *Crash Landing on You and North Korea: Representation and Reception in the Age of K-Drama*. The Asia Pasific Journal, Volume 18. Issue 12. Number 5. 5 Juni 2020.

B. Rumusan Masalah

Melihat bahwa Korea Selatan sangat menaruh perhatian pada industri budaya dan citra negaranya, serta kontribusi masyarakat secara tidak langsung dapat membantu membangun citra negaranya, maka penulis tertarik untuk mengangkat rumusan masalah penelitian, yaitu “Bagaimana bentuk *soft diplomacy* serial drama *Crash Landing on You* dalam membantu membangun citra Korea Selatan?”.

C. Kerangka Pemikiran

1. Kepentingan Nasional

Kepentingan nasional merupakan suatu konsep yang esensial dalam proses penyelenggaraan politik luar negeri. Dapat dikatakan bahwa konsep kepentingan nasional adalah dasar bagi pembuat kebijakan untuk melaksanakan kebijakan luar negeri tertentu.¹¹ Konsep yang sangat erat kaitannya dengan pandangan realisme dalam ilmu hubungan internasional ini telah menjadi pedoman bagi suatu negara untuk mencapai tujuannya, terutama dalam aspek keamanan ¹² Namun, saat ini konsep kepentingan nasional juga meliputi aspek lain seperti ekonomi dan sosial-budaya.

Konsep kepentingan nasional pertama kali dijelaskan oleh Hans Morgenthau dengan pendekatan realis. Morgenthau menyatakan bahwa kebijakan nasional terdiri dari kebutuhan minimum seperti mempertahankan keadaan negara, politik, dan identitas budaya negara. Pemikiran Morgenthau berlandaskan pada premis bahwa strategi

¹¹ H. J. Morgenthau. *Another “Great Debate”: The National Interest of the United States*, *The American Political Science Review*, 46 (4). 1952. Hal. 972.

¹² J. Weldes. *Constructing National Interests*. *European Journal of International Relations*, 2 (3): 1996. Hal. 276.

diplomasi suatu negara harus didasarkan pada kepentingan nasional dari negara itu sendiri. Menurut Morgenthau, terdapat tiga hal utama yang dilindungi oleh suatu negara sebagai kepentingan nasional negara tersebut, yaitu institusi politik, wilayah dan budaya.¹³

Istilah kepentingan nasional terdiri atas dua kata, yaitu 'kepentingan' dan 'nasional'. Menurut Charles A. Beard, seorang sejarawan Amerika Serikat, kepentingan adalah hal yang sesuatu yang menjadi perhatian dan tujuan. Sementara nasional adalah negara secara keseluruhan.¹⁴ Maka, pengertian kepentingan nasional dapat dikatakan sebagai tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh suatu negara demi keberlangsungan negara tersebut dan sehubungan dengan yang dicita-citakan. Kepentingan nasional menentukan dan mengarahkan para pembuat keputusan suatu negara dalam merumuskan kebijakan luar negerinya.

Suatu negara umumnya memiliki lebih dari satu kepentingan nasional karena banyak aspek yang harus diperhatikan dalam mempertahankan keberlangsungan negaranya dan meningkatkan kesejahteraan warga negaranya. Sebagaimana dengan pandangan Donald Nuechterlein, seorang pensiunan diplomat dan professor hubungan internasional, terdapat empat hal atau aspek yang menjadi kepentingan nasional suatu negara. Empat aspek dalam kepentingan nasional tersebut adalah kepentingan keamanan, kepentingan ekonomi, kepentingan tatanan dunia, dan kepentingan ideologi.¹⁵

Kepentingan nasional dapat meliputi berbagai macam bentuk seperti memiliki hak atas pangkalan militer di wilayah negara lain, menjalin hubungan yang baik

¹³ James E. Hyndman. *National Interest and the New Look*. International Journal, Vol. 26, No. 1: 1970. Hal. 7.

¹⁴ Miroslav Nincic. *The National Interest and Its Interpretation*. The Review of Politics, Vol. 61, No. 1: 1999. Hal. 30.

¹⁵ Ibid.

dengan negara tetangga atau di kawasannya, ikut serta aktif dalam kegiatan pasar bebas, atau berbagai macam tujuan lain yang dapat melindungi aset negara.¹⁶ Namun, dalam merumuskan kepentingan nasional, pengambil keputusan perlu memperhatikan kapabilitas negara. Hal tersebut karena dalam menjalankan strategi pencapaian kepentingan nasional, diukur dengan memperhatikan ketahanan ideologi, ekonomi, politik, dan sosial-budaya.¹⁷

Keuntungan nasional diimplementasikan dalam tulisan ini untuk membantu penulis dalam mengetahui bagaimana *soft diplomacy* serial drama *Crash Landing on You* dapat membantu Korea Selatan dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Melalui konsep ini, dapat diketahui maksud dan tujuan dari bagaimana Korea Selatan, serta hubungannya dengan Korea Utara direpresentasikan dalam serial drama CLOY. Budaya Korea Selatan yang dipromosikan dalam serial drama CLOY dapat membantu memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan untuk menjaga dan memperkuat identitas nasionalnya. Sementara narasi tentang perdamaian Korea Selatan dan Korea Utara dapat membantu mewujudkan kepentingan nasional Korea Selatan di Semenanjung Korea. Walaupun CLOY adalah serial drama fiktif, namun tidak memungkinkan bahwa apa yang diangkat dalam narasi dan dialognya dapat berdampak pada kepentingan nasionalnya.

2 *Multi-track diplomacy*

“Multi-Track diplomacy is a conceptual framework we design to reflect the variety of activities that contribute

¹⁶ W. David Clinton. *The National Interest: Normative Foundations*. The Review of Politics, Vol. 48, No. 4: 1986. Hal. 495.

¹⁷ T. May Rudy. *Studi Strategis Dalam Transformasi Sistem Internasional Pasca Perang Dingin*. Bandung: Refika Aditama, 2002.

to international peace-making and peace-building".¹⁸ Pernyataan tersebut merupakan definisi *multi-track diplomacy* berdasarkan Louise Diamond dan John McDonald. Mereka menekankan bahwa tidak ada satu *track* yang lebih penting atau lebih independen daripada *track* lainnya dalam *multi-track diplomacy*. Hal tersebut karena setiap *track*, dari total sembilan *track*, memiliki sumber daya, pendekatan dan nilai masing-masing.

Multi-track diplomacy membuktikan bahwa kegiatan diplomasi tidak hanya dapat dilakukan oleh aktor pemerintahan saja, tetapi juga aktor-aktor lain diluar pemerintah. Sembilan *track diplomacy* yang dikategorikan oleh Louise Diamond dan John McDonald adalah:

1. *Track One: Government*. Diplomasi oleh pemerintah melalui cara-cara resmi dan diekspresikan melalui aspek formal.
2. *Track Two: Non-government/Professionals*. Peran non-pemerintah atau profesional dalam mencegah, menyelesaikan dan mengelola konflik internasional.
3. *Track Three: Business*. Melalui bisnis atau perdagangan, artinya membangun hubungan melalui penyediaan peluang dalam perekonomian.
4. *Track Four: Private Citizen*. Peran warga negara dalam kegiatan perdamaian dan pembangunan, seperti organisasi non-pemerintah dan kelompok kepentingan khusus.
5. *Track Five: Research, Training and Education*. Bentuk diplomasi berupa dilakukannya penelitian, program pelatihan dan pertukaran pelajar.

¹⁸ Louise Diamond & John McDonald. *Multi-Track Diplomacy: A System Approach to Peace*. Kumarian Press, 1996.

6. *Track Six: Activism*. Diplomasi yang dilakukan dalam bidang advokasi, biasanya mencakup isu lingkungan, hak asasi manusia dan keadilan sosial.
7. *Track Seven: Religion*. Melalui aksi keimanan dan tindakan yang berorientasi perdamaian dari komunitas spiritual dan keagamaan.
8. *Track Eight: Funding*. Melalui pendanaan atau penyediaan sumber daya dari suatu yayasan untuk merealisasikan kegiatan lainnya.
9. *Track Nine: Public opinion/communication*. Diplomasi melalui komunikasi dan media massa sebagai sarannya, serta berfokus pada opini publik dan diekspresikan menjadi produk media.

Berdasarkan pengertian *multi-track diplomacy* menurut Louise Diamond dan John McDonald di atas, dapat dikatakan bahwa *multi-track diplomacy* adalah suatu kerja konseptual yang memuat sembilan macam jalur atau kegiatan yang dapat digunakan sebagai sarana diplomasi guna mencapai perdamaian dunia. Melalui konsep tersebut, penulis melihat bahwa terdapat upaya *soft diplomacy* dalam membantu membangun citra Korea Selatan yang dilakukan melalui salah satu sarana *multi-track diplomacy*. Adapun sarana tersebut adalah *track nine*, yaitu melalui komunikasi dan media massa.

Menurut Diamond dan McDonald, tugas utama dari media massa dan komunikasi adalah membawa pesan, memberi pengetahuan mengenai perdamaian, dan menjalin hubungan dengan masyarakat internasional.¹⁹ Di lain sisi, media massa dan komunikasi juga dapat digunakan untuk mempengaruhi persepsi dan membangun opini publik. Media massa kerap digunakan oleh individu, kelompok ataupun pemerintah dalam menyampaikan suatu pesan,

¹⁹ Ibid.

maksud atau tujuan tertentu. Media massa dapat memberikan pengaruh dan membentuk sebuah konstruksi sosial di dalam kehidupan masyarakat. Adapun fungsi lainnya dari media massa adalah:

1. Sebagai sumber dominan bagi individu maupun kelompok, dengan menyuguhkan nilai-nilai yang dipadu dengan berita dan hiburan.
2. Sebagai alat kontrol, manajemen dan inovasi masyarakat yang dapat didayagunakan.
3. Sebagai sarana atau wadah untuk menampilkan peristiwa atau kehidupan masyarakat, baik dalam skala nasional maupun internasional.
4. Sebagai wahana pengembangan seni dan pengembangan mode, gaya hidup dan norma.²⁰

Penulis menggunakan *track nine* untuk membantu menjawab rumusan masalah. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwa media massa dan produk media apapun dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, membangun opini publik dan mempengaruhi cara pandang individu terhadap suatu hal. Begitu pula dengan pesan-pesan yang diangkat dalam serial drama *Crash Landing on You*, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap Korea Selatan, dan hal tersebut nantinya berkontribusi pada pembangunan citra Korea Selatan. Melalui serial drama CLOY, budaya dan kehidupan Korea Selatan ditampilkan dengan menarik. narasi perdamaian antara warga negara Korea Selatan dan Korea Utara dalam serial drama CLOY juga dapat mempengaruhi pandangan publik terhadap Korea Selatan, khususnya mengenai hubungannya dengan Korea Utara. Selain itu, penampilan merek dan produk Korea Selatan dalam serial drama CLOY dapat mempengaruhi persepsi

²⁰ Denis McQuaill. *Teori Komunikasi Massa*. SAGE Publications, 1989. Hal. 3.

masyarakat internasional terhadap merek dan produk Korea Selatan, serta terhadap negara itu sendiri. Pesan-pesan tersebut secara tidak langsung dapat membantu membangun citra Korea Selatan di kancah internasional.

3. *Image theory*

Image atau citra adalah kesan yang timbul dari seseorang akan pemahaman tentang suatu hal. Citra sangat erat kaitannya dengan persepsi, sikap, pendirian dan opini seseorang dalam lingkup publik. Seseorang atau suatu pihak yang secara konsisten berperilaku baik dalam waktu yang lama, akan membangun kesan baik kepada masyarakat. Dalam perspektif inilah sebuah citra dibangun. Konsep ini biasanya digunakan untuk memahami dan memperhatikan segala bentuk komunikasi yang dilakukan antar negara atau pihak lain secara global.

Pada awal Perang Dingin, beberapa ahli politik meneliti bagaimana negara-negara saling memandang satu sama lain. Dalam konteks inilah citra negara atau citra nasional kemudian menjadi tema diskusi publik dan penelitian akademis, serta menjadi kompetisi antarnegara. Terdapat kecenderungan pergeseran titik dari *power politics* ke *image politics*, dimana setengah kekuasaan politik terdiri dari pembuatan citra.²¹ Serta kekuasaan atau *power* suatu negara tidak hanya ditentukan oleh kekuatan ekonomi ataupun militernya saja, tetapi juga citra suatu bangsa atau pemimpinnya.²² Maka dari itu citra nasional menjadi penting bagi suatu negara.

Istilah citra nasional pertama kali diperkenalkan oleh Kenneth Boulding, seorang ekonom Amerika, dalam

²¹ Majid Tehranian. *Global Communication and World Politics: Domination, Development, and Discourse*. Lynne Rienner Pub, 1999.

²² Eyton Gilboa. *Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy*. Israel Affairs, Volume 12 (4), 2006.

tulisannya *National Images and International Systems*.²³ Suatu negara dapat digambarkan secara berbeda oleh berbagai media yang berbeda juga. Maka Boulding mengusulkan untuk menggambarkan citra nasional dalam tiga dimensi, yaitu ruang geografis, sikap dan kekuatan secara fisik. Citra nasional kerap berkisar pada dimensi sikap, yang dilihat pada keramahan atau respon suatu negara.²⁴ Citra nasional dapat mempengaruhi bagaimana negara lain mengembangkan kebijakan luar negerinya dan merupakan hal esensial dalam mengidentifikasi ancaman ataupun peluang yang dihadapi oleh negara tersebut.

Peneliti politik internasional lainnya juga mempelajari citra nasional. Seperti Robert Jervis, seorang profesor politik internasional di Universitas Columbia, menyatakan bahwa citra nasional yang buruk dapat menyebabkan kerugian bagi negara tersebut karena kualitas citra sangat erat kaitannya dengan kepentingan negara. Jika suatu negara dapat membangun dan memperkuat citra nasional, maka dapat memperkuat *soft power*-nya dalam kegiatan internasional.²⁵ Menurut Simon Anholt, produk dan layanan sosial, budaya, ekonomi, hingga pengaturan kelembagaan ide politik dapat digunakan untuk membangun daya tarik global sehingga dapat meningkatkan citra suatu negara melalui pemanfaatan sumber daya dan nilai-nilai bangsa sendiri.²⁶

Pengertian citra negara juga datang dari beberapa ahli lainnya. Menurut Walter Lippmann, seorang jurnalis dan kritikus media, citra negara adalah kesan yang terbentuk

²³ Kenneth Boulding. *National images and international systems*. Journal of Conflict Resolution, 3(2), 1959. Hal. 122.

²⁴ Xiangfei Meng. *National Image China's Communication of Cultural Symbols*. Shanghai: Springer, 2020. Hal. 3.

²⁵ Ibid.

²⁶ Z. Zhu. *The Communication of national image in the digital age* 2008. Dalam J. Ding & Z. Su. *Asian communication & media studies*. Beijing: Communication University of China Press, Eds 2009.

dalam benak seseorang mengenai suatu negara.²⁷ Menurut Michael Kunczik, seorang profesor *public relations*, citra negara adalah representasi kognitif seseorang terhadap suatu negara. Artinya citra adalah suatu hal yang diyakini seseorang sebagai kebenaran mengenai suatu negara dan rakyatnya.²⁸ Citra negara sangat erat kaitannya dengan persepsi dan penilaian masyarakat internasional.²⁹ Maka citra menjadi penting bagi suatu negara karena dapat mempengaruhi sikap negara lain atau masyarakat internasional terhadap negara, rakyat dan produknya. Citra negara juga dapat menentukan kemampuan suatu negara dalam membangun hubungan atau aliansi, sehingga dapat memperkuat pengaruhnya di lingkup internasional.³⁰

Telah dijelaskan bahwa citra negara sangat penting dalam hubungan internasional, dimana negara-negara ingin lebih berpartisipasi dan memiliki pengaruh secara global. Hal ini menjelaskan mengapa beberapa negara sangat peduli terhadap bagaimana negara lain maupun masyarakat internasional memandang negaranya, sehingga diterapkannya strategi pengelolaan citra negara melalui sumber daya yang dimilikinya atau yang biasa disebut dengan *image building*. *Image building* atau pembangunan citra bertujuan untuk menimbulkan kesan yang baik dan menarik perhatian negara lain atau masyarakat internasional. Suatu negara akan sulit untuk memenuhi kepentingan luar negerinya jika tidak didukung dengan citra yang baik. Maka dari itu *image building* sangat esensial bagi eksistensi negara karena dapat membangun

²⁷ Walter Lipmann. *Public Opinion*. New York: Harcourt Brace & Company, 1922.

²⁸ Michael Kunczik. *Image of Nations and International Public Relations*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1997. Hal. 47.

²⁹ Jian Wang. *The Power and Limits of Branding in National Image Communication in Global Society*. *International Political Communication* 14, No. 2, 2008.

³⁰ Simon Anholt. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

kepercayaan masyarakat internasional terhadap negara tersebut.

Image theory dapat diimplementasikan ke dalam penelitian ini untuk memudahkan peneliti dalam mengetahui bagaimana serial drama CLOY dapat membantu membangun citra Korea Selatan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa citra negara sangat mempengaruhi keberadaan dan pengaruh suatu negara, begitu pula dengan Korea Selatan yang sangat menaruh perhatian pada citra negaranya. Pembangunan citra merupakan salah satu misi pemerintah Korea Selatan. Dalam pelaksanaannya pun memerlukan kontribusi aktor non-negara atau masyarakat. Melalui serial drama CLOY, masyarakat Korea Selatan yaitu para industri film CLOY, menggambarkan Korea Selatan sesuai dengan bagaimana negaranya ingin dilihat oleh pihak lain. Artinya, serial drama CLOY dapat menjadi wadah yang tepat untuk membantu membangun citra Korea Selatan.

D. Hipotesis

Bentuk *soft diplomacy* serial drama *Crash Landing on You* dalam membantu membangun citra Korea Selatan adalah dengan:

1. Membangun narasi perdamaian antara Korea Selatan dan Korea Utara dalam serial drama *Crash Landing on You*
2. Menampilkan budaya dan adanya kebebasan individu di Korea Selatan dalam serial drama *Crash Landing on You*

E. Metode Penelitian

1. Jenis data yang dikumpulkan

Data-data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang valid, seperti

dari media cetak berupa buku, jurnal, surat kabar atau dokumen-dokumen cetak lainnya. Selain itu, data juga dikumpulkan dari media internet berupa situs resmi maupun situs berita *online*. Tentunya juga menggunakan serial drama CLOY sebagai referensi utama yang terkait dengan objek penelitian.

2 Metode pengumpulan data

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode *library research* atau studi kepustakaan. Studi ini dilakukan dengan mengamati, membaca dan mencatat, kemudian mengolah bahan penelitian tersebut, yang berupa kepustakaan atau literatur.

4. Metode analisis data

Metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah metode induktif. Metode ini diawali dengan mengumpulkan data atau fakta yang berkaitan dengan objek analisa. Data atau fakta yang telah didapat kemudian diolah dan dirumuskan menjadi suatu kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

Tulisan ini akan disajikan menjadi empat bab, yang mana masing-masing bab akan memaparkan penjelasan sebagai berikut:

BAB I: Bab pertama akan memuat hal-hal yang melatar belakangi penelitian, rumusan masalah, kerangka teoritis, jenis data yang digunakan, metode pengumpulan dan analisa data.

BAB II: Penulis akan menjelaskan tentang citra Korea Selatan, serta upaya pembangunan citra yang telah dilakukan pemerintah Korea Selatan.

BAB III: Penulis akan memaparkan analisis bagaimana bentuk *soft diplomacy* serial drama *Crash Landing on You* dalam membantu membangun citra Korea Selatan di kancah internasional. Analisis ini akan dilakukan berdasarkan konsep *track nine* dalam *multi-track diplomacy*, serta dengan melihat dialog dan adegan dalam serial drama CLOY. Penulis juga akan melengkapi analisis dengan hubungan serial drama CLOY dengan kepentingan Korea Selatan, serta respon masyarakat internasional terhadap CLOY.

BAB IV: Penulis akan memaparkan kesimpulan dari bab I hingga III.