

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, berbagai budaya menarik dapat mendatangkan wisatawan asing untuk berkunjung dan sekedar menikmati liburan di tempat pariwisata tertentu. Secara umum, pariwisata merupakan serangkaian kegiatan dan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh manusia, baik perorangan maupun berkelompok, dari satu tempat ke tempat lain secara sementara dengan tujuan untuk mendapatkan keseimbangan, kedamaian, ketenangan, keserasian, dan kebahagiaan jiwa. Sedangkan, menurut Koen Meyers (2009), definisi pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke tempat lainnya dimana tujuannya bukan untuk menetap atau mencari nafkah, tapi untuk berlibur, memenuhi rasa ingin tahu, atau tujuan-tujuan lainnya (Prawiro, 2019).

Pada tahun 1998, krisis ekonomi pada saat itu berdampak besar pada sektor perekonomian Korea Selatan. Banyak perusahaan dan bisnis gagal menghasilkan laba dikarenakan sektor perbankan dibebani dengan kredit yang macet serta para Chaebol atau konglomerat Korea Selatan dengan menyerap lebih banyak investasi modal. Pada tanggal 07 November 1997, pasar saham Seoul turun menjadi 4% , lalu keesokannya jatuh kembali sebagai 7%, kemudian setelah itu mata uang Korea Selatan yaitu won juga menurun menjadi lebih dari 1.700 per Dolar AS dari sebelumnya sekitar 800 per dollar AS. Perkiraan utang terhadap PDB nasional terus meningkat lebih dari dua kali lipat atau kursng lebih 13% sampai 30%. Pada akhirnya, dampak positif dari utang tersebut mengakibatkan kegagalan besar dan pengambilalihan. Pada awal tahun 1997, skandal Hanbo memperparah kelemahan sektor perekonomian Korea Selatan pada saat itu (Schuman, 2019).

Sekitar tahun 1997 sampai dengan 1998, Korea Selatan adalah salah satu negara yang mampu bertahan terhadap krisis ekonomi yang terjadi pada saat itu. Dalam waktu lima tahun perekonomian Korea Selatan mulai membaik. Hal tersebut dipengaruhi oleh Dana Moneter Internasional (IMF) yang menyediakan sekitar 58,4 Miliar Dolar AS menjadi bailout. Selain itu, peningkatan proses demokratisasi lebih tepatnya kolerasi industrial menjadi salah satu faktor pulihnya secara cepat pada sektor perekonomian Korea Selatan. Kemudian, penentu kelompok bisnis dan buruh dengan cepat mencapai konsensus dan membuat krisis yang luar biasa. Selain itu, masyarakat Korea Selatan memulai kampanye pengumpulan emas sebagai

cara untuk melunasi hutang luar negeri yang dihadiri oleh hamper 3,5 juta orang dan emas yang telah dikumpulkan sebagai dasar buat melarikan diri dari krisis. Jika dibandingkan dengan Korea Selatan dengan negara lain yang memiliki keunggulan tersendiri dalam bidang pariwisata, Korea Selatan tidak memiliki destinasi wisata yang menonjol seperti negara lain. Seperti Jepang yang memiliki destinasi wisata populer yaitu Disney Land yang merupakan tempat wisata menarik bertema kartun Disney sehingga banyak diminati oleh wisatawan mancanegara. Kemudian Singapura yang memiliki Universal Studios dengan berbagai wahana bertema Hollywood, sehingga banyak turis asing yang melirik destinasi wisata ini. Beralih ke negara kita tercinta yaitu Indonesia yang memiliki kekayaan budaya dan destinasi wisata global terbaik yang kemudian menjadi sorotan wisatawan mancanegara seperti Bali yang memiliki pulau dewata dan budaya batik yang bahkan diakui oleh UNESCO. Kemudian China yang memiliki tempat wisata yang indah banyak sekali wisata yang indah seperti tembok China yang sangat populer di kalangan wisatawan mancanegara.

Dengan munculnya budaya modern, hal ini dapat memberikan warna baru pada destinasi pariwisata di Korea Selatan. Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan harus melakukan kegiatan promosi pariwisata dan budaya. Korea Selatan mulai menciptakan budaya Korean Wave untuk menarik wisatawan asing berkunjung dan mempelajari budaya Korea Selatan. Korean Wave merupakan salah satu bentuk budaya populer dari Korea Selatan. Korean wave merupakan istilah penyebaran budaya pop Korea secara global di berbagai negara dan memicu masyarakat di negara tersebut untuk mempelajari bahasa Korea dan budaya Korea Selatan. Negara pertama di Asia Tenggara yang mengalami popularitas budaya Korea yang dimulai pada tahun 1997. Kemudian Korean Wave dibagi menjadi dua bagian, yaitu K-Drama dan K-Pop. K-Drama atau Drama Korea adalah sebuah drama televisi di Korea dengan format miniseri dan diproduksi dalam bahasa Korea. Drama Korea atau yang biasa disingkat drakor, menyuguhkan jalan cerita dengan berbagai genre sehingga menarik penonton dari berbagai kalangan. Contoh K-Drama yang populer di seluruh dunia adalah Squid Game, Penthouse, Crash Landing On You, dan lain sebagainya. Yang kedua adalah budaya K-Pop, K-Pop adalah singkatan dari Korean Pop (Musik Pop Korea), merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop sendiri merupakan salah satu bagian terpenting dari Korean Wave. Budaya K-Pop tidak lagi identik dengan budaya barat. Karena Korea Selatan yang notabene nya tidak memiliki banyak destinasi wisata unggulan kemudian mulai menunjukkan kemampuan kreatifnya dengan menjadikan budaya pop ke negara lain. Milenial senang dengan K-Pop karena grup yang digawangi sekelompok pria dan wanita ini memiliki wajah yang

tampan dan cantik. Selain itu, mereka tidak hanya pandai menyanyi tetapi juga bisa menari. Contoh idol K-Pop yang saat ini sangat populer di dunia adalah BTS, TWICE, EXO, NCT, MONSTA X, dan lain sebagainya. Banyak artis dan grup Pop Korea telah menembus batas domestik dan populer di luar negeri. Chart K-Pop sudah masuk ke chart Amerika, Billboard yang selama ini menjadi tolak ukur kualitas industri musik dunia. Kecintaan terhadap musik K-Pop merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Korean Wave (Gelombang Korea) di berbagai negara.

Korea Selatan adalah salah satu tujuan wisata paling populer dalam beberapa tahun terakhir. Popularitas Hallyu (Korean Wave) melalui drama, film, dan musik telah membuat Korea Selatan menjadi negara yang sangat populer untuk dikunjungi wisatawan. Tidak hanya itu, minat mahasiswa dan pekerja migran untuk tinggal di Korea Selatan juga semakin meningkat. Wisatawan Asing (Wisatawan Asing) atau Wisatawan Asing adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang untuk memasuki suatu negara selain negara tempat tinggal orang tersebut. Kegiatan pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam proses pembangunan dan pembangunan daerah, yaitu dalam memberikan kontribusi pendapatan daerah dan masyarakat.

Pada tahun 2007, diperkirakan 6,4 juta turis asing mengunjungi Korea Selatan dan menjadikan Korea Selatan sebagai negara yang paling banyak dikunjungi ke-36 di dunia. Diperkirakan jumlah ini akan terus bertambah seiring dengan fenomena budaya K-Pop saat ini. Popularitas budaya K-Pop terbukti mampu meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Korea Selatan. Seoul adalah ibu kota Korea Selatan yang menjadi tujuan utama para turis asing. Sementara itu, destinasi lain yang tak kalah populer dengan Seoul adalah kota Gwangju di Pulau Jeju.

Korea Selatan mulai tampil sebagai penghasil budaya populer melalui acara hiburan dan menjadi saingan berat bagi Amerika dan Eropa. Hal ini membuat Korea Selatan sejalan dengan kemajuan industri dan stabilitas ekonomi. Ada data yang membuktikan bahwa pengaruh Korean Wave khususnya K-Pop sangat signifikan bagi Korea Selatan. Pada 2019, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Korea mencapai 17,5 juta wisatawan. Angka tersebut merupakan yang tertinggi, melampaui angka tertinggi yang dicapai pada tahun 2016 sebesar 17,24 juta wisatawan. Sebagai perbandingan, terdapat 13,23 juta wisatawan pada tahun 2015, 17,24 juta wisatawan pada tahun 2016, 13,34 juta wisatawan pada tahun 2017 dan 15,35 juta wisatawan pada tahun 2018 (Admin, 2019).

Menurut Wahyudi Wibowo (2012), merebaknya popularitas Gelombang Korea (Korean Wave) terjadi karena adanya Kerjasama atau kolaborasi antara pemerintah dan individu. Pemerintah Public of Korea dalam hal ini secara konsisten sejak masa pemerintahan Kim Dae Jung melakukan pengembangan budaya (*Culture Policy*) dengan mengeluarkan kebijakan *The Basic law of Cultural Industry Promotion* dengan mengalokasikan total anggaran sebesar 148.5 juta dollar untuk pembangunan industry budaya. Kim Dae Jung juga memberikan slogan “*Provide Support, but not interfere*” terhadap kebijakannya dalam industri. Sedangkan pada masa Lee Myung Bak, aspek Korean Wave digunakan sebagai alat diplomasi kebudayaan yang menjadi bagian dari visi kementerian budaya, olahraga dan pariwisata Korea Selatan (Wibowo, 2013).

Di era kepemimpinan Moon Jae In, K-Pop digunakan sebagai upaya perdamaian antara Korea Selatan dan Korea Utara dalam kasus Pyeongyang yang mengancam Korea Selatan akan mengirimkan bom hidrogen yang diklaim berhasil uji coba pada tahun 2018. Strategi Korea Selatan adalah memainkan musik K-Pop. dengan speaker sebagai senjata Psikologis tepat di perbatasan Korea Selatan dan Utara. Penggunaan propaganda melalui K-Pop dinilai efektif, dan merupakan gangguan moral terbesar bagi tentara militer Korea Utara. Kemudian serangan K-Pop ini dihentikan dan kedua belah pihak memutuskan gencatan senjata. Sejak gencatan senjata dan ketegangan mereda, kedua belah pihak telah mengatur janji temu. Membaiknya hubungan antara Korea Utara dan Selatan, mendorong Presiden Moon Jae In untuk melakukan pertemuan dengan Pemimpin Kim Jong Un. Namun beberapa minggu sebelum pertemuan resmi, Korea Selatan mengirimkan sejumlah musisi ke Korea Utara. Konser tersebut digelar di East Pyongyang Grand Theatre pada 1 April 2018. Pertunjukan persahabatan bertajuk *Spring is Coming* atau Harmoni Korea Utara dan Selatan. Dengan ini, pemerintah Korea Selatan sepakat mengirimkan beberapa musisi K-Pop seperti Red Velvet, Cho Young Pil, dan Lee Sun Hee (Oakeley, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan pokok permasalahan dari skripsi ini yaitu, **“Bagaimana Korea Selatan memanfaatkan K-Pop sebagai alat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing pada era kepemimpinan Moon Jae In?”**

1.3 Kerangka Teoritis

a. Konsep Diplomasi Kebudayaan

Diplomasi adalah suatu proses politik yang digunakan negara untuk memelihara kebijakan luar negeri dengan mempengaruhi kebijakan dan sikap pemerintahan negara lain (Susanto, 2015). Kegiatan yang dijalankan suatu negara menggunakan *soft power diplomacy* memanfaatkan unsur-unsur ekonomi dan budaya ini ditunjang dengan berkembangnya kemajuan teknologi informasi di era globalisasi. Salah satu bentuk diplomasi yang mengedepankan kebudayaan sebagai instrumen diplomasinya adalah diplomasi kebudayaan. Kelebihan dari diplomasi budaya ialah dapat melibatkan unsur-unsur lain seperti departemen dalam pemerintah, organisasi non pemerintah, media, dan individu. Sehingga instrumen diplomasi kebudayaan bisa diterapkan guna mencapai kepentingan nasional suatu negara.

Menurut Warsito & Kartikasari (2007), Diplomasi Kebudayaan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui aspek-aspek budaya seperti pendidikan, sains, olahraga, dan seni ataupun propaganda. Tujuan dari diplomasi ini sendiri adalah untuk mempengaruhi opini publik dalam rangka mendukung terlaksananya kebijakan luar negeri suatu negara. Diplomasi Kebudayaan sendiri dapat digunakan oleh pemerintah atau non pemerintah atau individual dalam setiap warga Negara. Maka dari itu pola hubungan diplomasi kebudayaan antar Negara Bangsa bisa terjadi antara siapa saja sebagai aktornya, yang mana sasaran dan tujuan utama dari diplomasi kebudayaan adalah mempengaruhi pendapat masyarakat Negara atau wilayah lain baik itu dari masyarakat nasional maupun internasional (Warsito & Sari, 2007).

Sedangkan menurut J. Michael Waller dalam bukunya yang berjudul *The Public Diplomacy Reader*, diplomasi budaya didefinisikan sebagai pertukaran ide, informasi, seni dan berbagai aspek kebudayaan antar bangsa dan masyarakat dalam rangka menciptakan kepentingan bersama. Peran dari diplomasi budaya itu sendiri juga dapat dianalogikan seperti menanam bibit-bibit ide dan cita-cita; strategi estetik dan perangkat; argumen, filosofi politik dan persepsi spiritual. Sertacara untuk melihat dunia yang mungkin berkembang di tanah asing. Pada intinya akhir dari tujuan diplomasi kebudayaan itu sendiri merupakan guna mengatur *foreign audience*¹. Diplomasi kebudayaan mengambil esensi dari unsur-unsur kebudayaan guna mempengaruhi *foreign audience* (Waller, 2009).

¹ *Foreign Audience* merupakan kata lain dari khalayak asing atau disebut juga wisatawan asing.

Menurut *Council on Promoting of Public Diplomacy* (2005), terdapat tiga prinsip diplomasi budaya, diantaranya yaitu (Khatrunada, 2019) :

1) Prinsip Transmisi (*Transmission*)

Prinsip ini menyatakan bahwa diplomasi kebudayaan tersebut dibentuk sedemikian rupa oleh aktor subjek dengan perwakilan negaranya. Hal-hal yang berkaitan dengan budaya, adat istiadat, bahasa, gaya hidup, kuliner, pariwisata, dan potensi suatu negara. Selain itu, hal tersebut juga dapat menumbuhkan rasa ingin tahu masyarakat internasional kepada Korea Selatan. Penyebaran tersebut dapat berpengaruh Ketika suatu aktor negara menafsirkan apa yang dilihatnya efisien secara strategis dalam mewakili negara di luar negeri.

2) Prinsip Penerimaan (*Acceptance*)

Prinsip penerimaan ditafsirkan sebagai bentuk penilaian dari kegiatan diplomasi kebudayaan yang bertujuan untuk mengetahui tercapai atau tidaknya praktik dari diplomasi kebudayaan, kemudian perlu dilakukan observasi sebagai contoh dengan melihat tanggapan dan reaksi dari masyarakat internasional dan media internasional. P

3) Prinsip Koeksistensi (*Coexistence*)

Koeksistensi artinya keadaan damai atau kondisi hidup yang serasi pada satu kawasan meskipun tidak sama ideologi atau kepentingan. pada konteks ini, prinsip koeksistensi berarti keadaan damai atau hidup berdampingan di tengah-tengah pandangan politik yang berbeda. menggunakan demikian, prinsip ini di akhirnya melihat bagaimana diplomasi budaya dipergunakan untuk mencapai kepentingan negara, dengan menggunakan budaya menjadi pendekatan damai, tanpa ada paksaan dalam menerima respon dari dunia internasional.

Diplomasi budaya ini dinilai relevan untuk membantu penelitian ini, karena memiliki prinsip-prinsip yang sesuai dengan yang dilakukan oleh Korea Selatan. K-Pop merupakan cara diplomasi Korea Selatan yang didasarkan pada konsep diplomasi budaya yang berfokus pada kemampuan untuk menunjukkan dan menyebarluaskan aset negara seperti budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan. Selain itu, K-Pop juga terbagi menjadi tiga aspek yaitu: aspek edukasi, aspek pariwisata dan aspek South Korean Nation Branding. Dari segi pendidikan, K-Pop telah meningkatkan minat orang luar untuk belajar tentang Korea Selatan, seperti di Jepang banyak lembaga pendidikan yang menawarkan bahasa Korea. Bidang pendidikan merupakan langkah

awal pendalaman pemahaman suatu negara dengan proses komunikasi budaya di Korea Selatan. Aspek pariwisata menjelaskan bahwa berdasarkan *New York Times*, 80% turis Taiwan datang ke Korea Selatan untuk mengunjungi lokasi syuting drama Korea. Kemudian yang terakhir adalah aspek *Nation Branding*, dengan meningkatnya wisatawan dan pendidikan maka citra Korea di mata dunia internasional meningkat secara signifikan.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan teori dan konsep yang digunakan oleh peneliti, dapat dijawab menggunakan hipotesis dari Bagaimana Korea Selatan memanfaatkan K-Pop sebagai alat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing pada era kepemimpinan Moon Jae In yaitu sebagai berikut :

1. K-Pop digunakan sebagai media untuk merepresentasikan negaranya yaitu Korea Selatan dan sebagai alat dalam penyebaran budaya Korea Selatan yang berupa bahasa, kuliner, gaya hidup, adat istiadat, pariwisata yang dapat memicu rasa keingintahuan wisatawan asing terhadap Korea Selatan
2. K-Pop dianggap sebagai sarana promosi Korea Selatan untuk mendukung citra baik negara di mata dunia internasional. K-Pop menyuguhkan konten-konten yang berkualitas sehingga menarik perhatian masyarakat internasional sehingga menciptakan citra baik untuk Korea Selatan.
3. K-Pop dianggap sebagai sarana diplomasi Korea Selatan sebagai strategi untuk menyelesaikan atau mengurangi terjadinya konflik. Dikarenakan K-Pop memiliki nilai yang bersifat universal sehingga tidak menyinggung politik, tidak adanya perbedaan kelas, radikalisme serta dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

1.5 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian yang berjudul “Upaya Korea Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Pariwisata Asing Melalui Kpop Pada Era Kepemimpinan Moon Jae In”, peneliti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa upaya Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan pariwisata asing melalui K-Pop pada era kepemimpinan Moon Jae In, yang otomatis meningkatkan perekonomian di Korea Selatan.

1.6 Metode Penelitian

Metode dalam penulisan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan analisa data sehingga penulis tidak menjalankan observasi langsung di lapangan, namun berdasarkan pada data yang tersedia dengan melakukan telaah pustaka pada sejumlah literature yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti seperti buku, jurnal, artikel, media internet, serta sumber-sumber lain yang dapat dijadikan rujukan.

1.7 Jangkauan Penelitian

Untuk mempermudah penelitian ini serta tetap fokus terhadap tema yang telah ditentukan, maka di perlukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah yang dilakukan diharapkan dapat mempersempit area penelitian, sehingga memudahkan penulis agar tetap fokus dengan masalah yang ingin diteliti. Cangkupan waktu yang dipilih oleh peneliti adalah 2017-2021 yang merupakan puncak dari kesuksesan Korea Selatan dalam mempromosikan budaya K-Pop dalam menarik wisatawan asing pada era kepemimpinan Moon Jae In.

1.8 Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi yang berjudul upaya Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan pariwisata asing melalui K-Pop pada era kepemimpinan Moon Jae In menjadi 3 bab, yaitu :

BAB I : Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, tujuan penelitian, metode penelitian, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab ini akan membahas tentang gambaran umum terkait pariwisata dan wisatawan asing di Korea Selatan kemudian membahas tentang perkembangan perekonomian sebelum dan sesudah adanya K-Pop.

BAB III : Pada bab ini akan berisi tentang Korea Selatan mengusung tema Smart Tourism dan menerapkan prinsip Diplomasi Kebudayaan sebagai upaya meningkatkan wisatawan asing pada era kepemimpinan Moon Jae In.

BAB IV : Pada bab ini bagian terakhir yang berisi penutup dan kesimpulan dari skripsi yang ditulis oleh penulis dan berisi tentang ringkasan singkat , kesimpulan yang rinci dan jelas dari penelitian ini yang telah disusun oleh penulis pada bab-bab sebelumnya.