

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hubungan Internasional merupakan studi yang mempelajari banyak cakupan, salah satunya adalah mempelajari interaksi setiap aktor dalam politik internasional, baik itu aktor negara ataupun aktor non-negara. Hubungan Internasional biasanya terkait dengan banyak isu, seperti isu keamanan dan juga isu politik. Isu politik biasanya menjadi pemeran utama dalam topik Hubungan Internasional Diplomasi budaya yang merupakan praktek dari Diplomasi Publik. Hubungan Internasional pada dasarnya digunakan untuk memahami dinamika yang kompleks antara aktor-aktor didalam sistem internasional dan bagaimana mereka mempengaruhi berbagai bidang mulai dari politik, ekonomi, keamanan, dan perkembangan global secara umum. Hubungan Internasional adalah bidang yang memiliki cakupan luas dan akan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu, dengan isu-isu yang baru muncul dan berdampak pada hubungan antar negara.

Kewenangan merupakan hal utama dalam menjalankan fungsi negara dengan baik bagi sebuah negara. Dalam ilmu Hubungan Internasional terdapat dua konsep dari power kewenangan yang dapat diterapkan yaitu *Hard Power* dan *Soft Power*. *Hard Power* sendiri mencakup mengenai geografis, sumber daya alam dan kekuatan militer, sedangkan *Soft Power* mencakup mengenai teknologi, budaya, pendidikan, dan lain-lain. Kedua jenis power ini biasanya di definisikan secara singkat dimana *hard power* bersifat memaksa, dan *soft power* bersifat membujuk. Biasanya sebuah negara akan dikatakan kuat apabila memiliki kekuatan yang besar dalam berperang dan juga semakin besarnya pengaruh media sosial sebagai sumber informasi mengenai suatu negara. Sejak dulu perang merupakan sebuah cara bagi suatu negara untuk membuat negara yang lebih lemah daripada negaranya untuk dapat berpihak dan mengikuti ideologinya.

Globalisasi merupakan suatu proses yang melibatkan sebagian besar masyarakat di dunia yang terkena dampak atau terkena dampak dalam hubungan global yang ada atau terkena dampak langsung dalam jaringan global. Salah satu jenis globalisasi adalah proses menghubungkan jaringan informasi dan komunikasi (Singh Grewal, 2008). Globalisasi berasal dari kata *globalization* dalam bahasa Inggris dimana *global* berarti bola dunia dan *lization* berarti proses menuju. Globalisasi mengacu pada suatu proses yang melingkupi dunia, artinya menggambarkan suatu situasi di mana seluruh dunia akan terpengaruh untuk terhubung dan dipengaruhi oleh proses tersebut. Proses ini juga berdampak pada timbulnya adiksi atau ketergantungan di berbagai belahan dunia. Pada hakikatnya globalisasi adalah suatu proses pengaruh yang mempunyai tingkat pengaruh internasional atau global. Proses inilah yang memungkinkan kerja sama di berbagai bidang di seluruh dunia.

Globalisasi merupakan akibat dari perkembangan teknologi yang terus berkembang. Seiring dengan berkembangnya zaman, banyak masyarakat dunia yang berpendapat bahwa peperangan bukanlah pilihan karena hanya akan menghabiskan waktu, biaya, dan juga korban jiwa. Ditambah dengan sistem internasional yang sudah tidak unipolar ataupun bipolar melainkan multipolar, yang dapat diartikan bahwa dunia tidak hanya terbagi menjadi dua kelompok besar, melainkan terbagi menjadi banyak kelompok yang memiliki kekuatan sepadan dimana masyarakat kemudian berpikir bahwa perang hanya akan menjadi pilihan terakhir yang akan diambil oleh sebuah negara. Seiring berkembangnya zaman, konsep Hak Asasi Manusia menjadi pertimbangan kuat bagi suatu negara untuk berperang karena akan melibatkan banyak korban jiwa yang sekarang tidak dapat diterima dengan baik oleh banyak masyarakat global.

Dampak globalisasi telah membawa kemajuan di berbagai bidang, salah satunya adalah teknologi yang dapat memungkinkan masyarakat di seluruh dunia untuk saling berinteraksi. Hal ini tentunya tidak lepas dari munculnya peristiwa-peristiwa baru di seluruh dunia. Salah satu dampak globalisasi budaya adalah munculnya *Korean wave*. Maraknya *Korean wave*

pertama kali dipicu oleh kesuksesan serial televisi Korea yang ditayangkan di Tiongkok pada pertengahan tahun 1990an, kemudian menyebar ke Jepang dan berlanjut ke Asia Timur dan Asia Selatan berbeda pada tahun 2000an. Munculnya Korean wave yang terus berlanjut mampu menciptakan budaya baru yang kemudian berkembang luas, mampu menembus pasar global dan mendapat pengakuan di negara-negara Barat (Amerika dan Eropa) pada tahun 2011 (Gelombang Korea: Fenomena Budaya Pop Baru, 2011).

iplomasi merupakan bagaimana cara mengkomunikasikan kebijakan suatu negara kepada pihak lainnya, dimana komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam Diplomasi Budaya. Diplomasi budaya memiliki usaha dari pemerintah untuk berkomunikasi dengan berbagai negara melalui budaya sebagai alat komunikasi. Diplomasi budaya memiliki banyak manfaat, salah satunya adalah menciptakan rasa percaya satu sama lain. Dengan adanya rasa percaya tersebut kemudian negara akan mendapatkan manfaat jangka panjang. Dalam kondisi baik ini, pemerintah dapat memanfaatkan kedekatan personal yang telah terbentuk untuk mendapatkan berbagai opini dari luar negeri yang positif terhadap berbagai kesepakatan yang kemudian dibuat dengan negara tertentu. Untuk mendapatkan tujuan yang terbaik, maka Diplomasi Budaya harus dijalankan dengan strategi yang tepat (David, 2011). Komunikasi yang diterapkan dalam diplomasi budaya dapat dilakukan dengan metode komunikasi yang tepat dan bersifat menarik agar dapat dilakukan dengan mudah. Korea Selatan dan Indonesia memiliki ikatan budaya yang cukup kuat. Budaya Korea berkembang sangat luas dan cukup pesat secara global dalam beberapa tahun terakhir.

Budaya Korea memiliki pengaruh yang cukup besar pada beberapa tahun terakhir di Indonesia. Budaya Korea terus berkembang dan telah masuk ke kehidupan masyarakat terutama di kalangan remaja. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang mengikuti tren dari berbagai gaya, seperti dari cara gaya berpakaian, musik, lifestyle, tontonan, dan masih banyak lagi. *Korean Wave* yang dapat diartikan dengan Gelombang Korea atau juga yang biasa disebut dengan *Hallyu* merupakan istilah yang digunakan untuk

penyebaran budaya populer Korea melalui budaya. Faktor utama dari penyebab terjadinya atusisme masyarakat terhadap *Korean Wave* adalah perkembangan teknologi informasi. Pada awalnya, *Korean Wave* sendiri identik dengan dunia hiburan seperti musik, drama, dan variety shows yang dikemas sebaik mungkin untuk menampilkan budaya Korea. Kemudian seiring berjalannya waktu, para publik figur Korea mengimplementasikan kehidupan sehari-hari seperti fashion, make up, skincare, makanan, bahasa, gaya bicara, hingga kebudayaan untuk dapat dilihat oleh banyak masyarakat luar.

Musik pop merupakan salah satu program *Korean Wave* yang memiliki banyak peminat dikalangan kaum milenial. Musik pop Korea atau yang biasa disebut dengan K-pop merupakan sub-sektor hiburan yang cukup memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian di Korea Selatan, karena pada dasarnya pemerintah Korea Selatan sendiri telah memberikan perhatian lebih terhadap industri musik yang berjalan di negara mereka. Pada akhir tahun 1990-an sebagian besar Asia mengalami krisis keuangan, akan tetapi pada saat itu Korea Selatan justru membentuk Kementerian Kebudayaan dengan departemen khusus K-pop (Putri, 2019). Selain itu, Korea Selatan juga membangun auditorium raksasa, membuat teknologi hologram yang lebih baik, serta mengatur bar karaoke untuk melindungi industri K-pop. Dengan adanya hal ini dapat membuktikan bahwa pemerintah Korea Selatan mampu memberdayakan popularitas para artis mereka.

Saat ini, Indonesia masuk kedalam kategori jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia yang menjadi rumah bagi jutaan para pecinta K-pop atau biasa disebut dengan *K-popers*. Di tahun 2019, *Twitter* menyebutkan bahwa Indonesia berada pada peringkat ke tiga setelah Thailand dan Korea Selatan dalam daftar negara yang paling banyak dalam meng update mengenai artis K-pop. Kemudian penayangan video-video di Youtube, Indonesia menjadi negara ke dua dengan persentase 9.9% yang paling banyak menonton video tentang K-pop (Won So, 2020). Indonesia merupakan negara yang memiliki fanbase cukup besar dan loyal dalam dunia K-pop. Dengan adanya hal ini kemudian Indonesia terkenal sebagai pasar yang berpotensi bagi

perekonomian Korea Selatan melalui *Korean Wave*. Untuk menjadi seorang *K-popers*, seseorang biasanya akan menghabiskan cukup banyak biaya seperti untuk membeli tiket konser, *fun meeting*, *merchandise*, album, hadiah, serta produk yang *brand ambassador* nya adalah artis favorit mereka.

Dengan adanya para *K-popers* dari berbagai negara, hal ini menjadikan sektor pariwisata di Korea Selatan meningkat karena banyak para penggemar yang berbondong-bondong untuk mendatangi Korea Selatan sebagai tempat liburan. Korea Selatan dan Indonesia telah menjalin hubungan diplomatik sejak tahun 1973. Sejak tahun 1973, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah investasi terbesar dan tersebar luas di berbagai macam proyek di Indonesia (Bhaskara, 2019). Korea Selatan dan Indonesia telah membuat kesepakatan untuk meningkatkan perdagangan bilateral mereka hingga 30 miliar dollar AS pada tahun 2022.

Saat ini K-pop mempengaruhi cukup besar preferensi para milenial dalam berbagai hal. Keberadaan K-pop ini merubah banyak pandangan para penggemar K-pop, terutama cara pandang para penggemar terhadap berbagai aspek kehidupan menjadi lebih bahagia bahkan tak sedikit para penggemar yang akhirnya bisa bangkit dari depresi. Selain itu para penggemar juga memiliki wawasan yang luas, karena ketertarikan mereka terhadap Korea kemudian membuat para penggemar akhirnya mulai untuk belajar bahasa Korea itu sendiri. Selain para masyarakat Indonesia yang mempelajari budaya Korea, penduduk Korea Selatan juga ikut mempelajari budaya di Indonesia. Saat ini bahasa Indonesia menjadi populer dan diminati banyak orang yang ingin belajar bahasa Indonesia (Jamhari, 2015). Terdapat tiga universitas di Korea Selatan yang menawarkan program bahasa Indonesia, yaitu Universitas Woosong, Hankuk University of Foreign Studies (HUFS), dan Busan University of Foreign Studies (BUFS). Karena Korea Selatan memiliki cukup banyak investasi di Indonesia, hal ini menjadikan peluang bagi masyarakat Korea untuk bekerja di perusahaan di luar Korea.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penggemar besar yang kemudian hal ini menjadikan para artis Korea lebih memperhatikan

Indonesia dan membuat konten-konten mengenai budaya Indonesia. Semakin besarnya gelombang Korea ini, banyak artis Korea yang kemudian di undang ke berbagai acara nasional untuk mengisi suatu acara ataupun menjadi brand ambassador suatu produk atau perusahaan lokal. Bahkan saat ini, Korea memiliki anggota/member yang berasal dari Indonesia. Dengan adanya hal ini kemudian menarik perhatian masyarakat besar dari berbagai negara terutama Indonesia yang membuat popularitas para idola yang berasal dari Indonesia semakin melambung tinggi. Indonesia sekarang dapat dikatakan memiliki peran penting dalam perkembangan *Korean Wave* secara global.

Banyak sekali masyarakat yang menyukai suatu hal yang bersangkutan dengan Korea Selatan. Dengan adanya hal ini maka pemerintah Indonesia dapat menjadikan *Korean Wave* sebagai acuan untuk mengembangkan budaya agar Indonesia bisa terus mengembangkan budayanya. Adanya perkembangan *Korean Wave* yang semakin membesar di Indonesia saat ini memberikan dampak yang cukup besar bagi gaya hidup masyarakat Indonesia. *Korean Wave* ini memberikan dampak yang positif dan juga negatif bagi Indonesia. Maka diperlukan strategi khusus untuk menghadapi *Korean Wave* yang terus berkembang di Indonesia.

Dengan terus berkembangnya *Korean Wave* di Indonesia, maka Indonesia harus memiliki strategi agar budaya di Indonesia tidak tenggelam karena adanya *Korean Wave*. Indonesia dapat memanfaatkan *Korean Wave* sebagai media promosi produk-produk lokal. Salah satu program yang di bentuk *Korean Wave* adalah Korean Pop, saat ini banyak masyarakat Indonesia yang menyukai Korean Pop (K-Pop). Bahkan para penggemar tidak sungkan untuk mengeluarkan uang mereka untuk membeli barang-barang yang di promosikan oleh para idola mereka. Hal ini dapat digunakan oleh Indonesia untuk menarik perhatian masyarakat penyuka K-Pop dengan menjadikan artis Korea sebagai *brand ambassador* produk lokal. Selain itu, Indonesia juga dapat memanfaatkan *Korean Wave* ini sebagai promosi budaya lokal dengan mengundang artis Korea untuk berkolaborasi mengenai budaya Indonesia.

Seseorang dapat dikatakan sebagai *brand ambassador* karena orang tersebut menyukai suatu produk kemudian bisa menarik perhatian para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk yang mereka promosikan (Firmansyah, 2019). *Brand ambassador* sendiri merupakan sebuah tanda atau perwakilan dari suatu produk untuk memperkenalkan produk berdasarkan reputasinya. *Brand ambassador* adalah sebuah perantara antara manajemen merek internal dan eksternal, dari teori tersebut dapat mempengaruhi secara signifikan pandangan para pelanggan terhadap sebuah merek. Secara umum, *brand ambassador* dapat didefinisikan sebagai cara yang kuat untuk mempertahankan reputasinya (Sadrabadi, Alireza Kamali Saraji, Mayhar Monshizadeh, 2018). Penggunaan *brand ambassador* ini adalah sebagai bisnis untuk mempengaruhi dan juga melibatkan konsumen dalam produk yang mereka jual. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menjalin hubungan antara artis sebagai *brand ambassador* yaitu dengan menggunakan model VisCAP (Visibility, Credibility, Attraction, Power).

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, rumusan masalah yang diambil pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi perusahaan Indonesia untuk mendapat keuntungan bagi perekonomian di Indonesia, khususnya perusahaan di Indonesia?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah bagaimana cara Korea Selatan berhasil mengembangkan Korean Wave melalui K-Pop sebagai media diplomasi budaya di Indonesia dan strategi yang digunakan oleh perusahaan Indonesia untuk mendapatkan keuntungan?”

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan bagian dari kepenulisan yang membahas mengenai teori-teori yang sesuai dengan penelitian yang akan

ditulis sehingga dapat menjadi kerangka penelitian yang baik. Teori yang digunakan juga akan membantu penelitian untuk menggambarkan suatu fenomena, memahami topik, serta memecahkan suatu masalah. Sebagai pemahaman terkait dengan latar belakang dan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan, maka penulis menggunakan konsep Diplomasi Budaya dan konsep Band Wagon Effect.

Diplomasi memiliki banyak penjabaran arti, menurut *Geoff Berridge dan Alan James*, diplomasi merupakan sebuah penyelenggara hubungan antar negara yang berdaulat melalui diplomat untuk memperkenalkan negosiasi internasional (Berridge dan James, 2012: 69). Secara konvensional, diplomasi berarti sebuah usaha dari suatu negara dengan tujuan untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya di dunia internasional (Roy, 2006:9).

1. Konsep Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya sendiri memiliki arti sebagai suatu pertukaran seni, informasi, ide, serta aspek kebudayaan lainnya yang memiliki tujuan untuk saling menjaga sikap antara satu negara dengan negara lainnya, begitu juga dengan masyarakatnya (Cummings, 2003:1). Diplomasi budaya tergolong pada bagian Soft Power sebagai kekuatan politik yang dipengaruhi dari segi budaya, nilai, ide sebagai bagian dari sisi lain Hard Power yang menggunakan kekuatan militer.

Diplomasi budaya merupakan bentuk dari diplomasi yang melibatkan pertukaran budaya, seni, pengetahuan, serta gagasan antar negara atau suatu kelompok budaya. Diplomasi budaya melibatkan upaya untuk membangun pemahaman dan menghormati antara berbagai budaya yang berbeda. Semakin berkembangnya zaman, diplomasi budaya adalah alat yang berperan penting dalam mempromosikan perdamaian, kerjasama, dan pemahaman lintas budaya di antara berbagai bangsa di seluruh dunia.

Dalam hubungan internasional, diplomasi budaya memiliki tujuan untuk memperkenalkan mengenai pemahaman antarbangsa, mengurangi ketegangan antara negara-negara, membangun hubungan diplomatik yang lebih kuat, dan meningkatkan kolaborasi antar lintas batas. Diplomasi

budaya dalam hubungan internasional juga dapat membantu untuk memperkuat citra positif suatu negara di mata dunia, yang memiliki dampak positif pada pariwisata, investasi, dan hubungan perdagangan.

Diplomasi budaya memiliki tiga kriteria penting dalam teori hubungan internasional. Pertama, sebagai alat untuk mengurangi intensitas kekuatan militer pasca perang dingin, dimana budaya dipandang sebagai bentuk kekuatan baru dalam hubungan internasional. Kedua, pada dasarnya setiap sebuah negara harus membangun dasar serta batas jaringan nonsekuritas dalam hal mempertahankan identitas bangsa. Di mata internasional, budaya harus memiliki berbagai aspek untuk menjadi identitas di suatu negara. Ketiga, untuk membentuk sebuah sistem baru diperlukan diplomasi budaya untuk menjadi alasan yang kuat, baik berupa organisasi regional ataupun global.

2. Konsep Band Wagon Effect

Band Wagon Effect adalah sebuah konsep yang memaparkan mengenai seseorang yang memiliki kecenderungan untuk meniru, mengadopsi hingga menduplikat perilaku ataupun penampilan dipengaruhi oleh beberapa hal, misalnya dipengaruhi seseorang atau sesuatu yang sering dibicarakan. Hal ini biasanya terjadi karena individu memilih untuk menyesuaikan diri dengan berbagai hal yang sedang terjadi di sekitarnya dimana banyak orang lain melakukannya (Maxwell, 2014).

David Luber merupakan orang pertama yang mengemukakan Band Wagon Effect ini, beliau menyatakan bahwa Band Wagon Effect memiliki kaitan yang erat dengan kuantitas permintaan barang di pasaran. Hal ini dikarenakan banyaknya individu yang memutuskan untuk membeli suatu barang karena terpengaruh oleh banyaknya informasi yang di dapatkan, baik dari media massa ataupun orang lain. Semakin terkenal dan banyaknya barang tersebut dipakai oleh banyak orang maka barang tersebut akan semakin dicari dan membuat harga barang semakin mahal (Leibenstein, 1950).

Kecenderungan konsumsi seseorang ketika membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal orang itu sendiri. Faktor internal merupakan keinginan dan persepsi yang muncul dalam diri individu bahwa suatu barang tertentu diperlukan oleh dirinya. Sedangkan faktor eksternal dalam perilaku konsumsi seseorang didasarkan pada sikap hanya mengikuti produk yang diinginkan, padahal orang tersebut sebenarnya tidak membutuhkan produk tersebut. Sifat ikut-ikutan ini pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti tren yang sedang ramai dibicarakan, pengaruh iklan televisi dan sosial media, perubahan gaya hidup sehari-hari, perubahan pendapatan individu, serta pengaruh dari orang lain. Dalam hal ini biasanya orang terdekat dan orang yang sedang di idolakan memiliki pengaruh besar.

Dalam kasus ini, Korea Selatan dapat memanfaatkan konsep Band Wagon Effect sebagai sarana untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat dilakukan supaya produk yang mereka jual bisa diterima dengan baik oleh konsumen Indonesia sebagai objek dalam kasus ini. Konsep Band Wagon Effect ini dapat mendukung konsep Diplomasi Budaya yang menjelaskan mengenai penyelenggaraan dan kebijakan Korea Selatan dalam menyebarluaskan kebudayaan dengan menggunakan Korean Wave sebagai sarana utama. Dengan dukungan konsep Band Wagon Effect ini dapat menganalisa bahwa sebenarnya sifat konsumtif dan daya beli masyarakat terhadap sebuah produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor internal dari diri sendiri dan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh produsen dalam meningkatkan pemasaran produk mereka.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesa yang dapat diambil untuk penelitian ini adalah diplomasi Korea Selatan di Indonesia yang berhasil melalui Korean Wave berupa Korean Pop. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menyukai Korean Pop (K-Pop). Banyak generasi muda yang menyukai K-Pop

kemudian membentuk komunitas untuk mendukung para artis mereka. Dengan banyaknya masyarakat yang menyukai K-Pop, kemudian hal ini memberikan dampak yang baik bagi perekonomian Indonesia. Indonesia dapat memanfaatkan *Korean Wave* sebagai media promosi produk dan budaya lokal. Strategi yang digunakan perusahaan Indonesia untuk menghadapi *Korean Wave* dapat dilakukan dengan menjadikan idol K-Pop sebagai *brand ambassador e-commerce* dan juga produk lokal, dengan begitu perusahaan-perusahaan di Indonesia akan meningkatkan keuntungan dari *Korean Wave* yang sedang booming di Indonesia.

F. Jangkauan Penelitian

Terdapat cukup banyak kecenderungan yang diamati dalam karya penelitian ini, kemudian dengan adanya hal tersebut maka penulis memerlukan penetapan batasan masalah yang jelas dan fokus analisis. Jangkauan dalam penelitian ini akan menganalisis mengenai faktor apa saja yang menjadi penentu Korea Selatan dalam keberhasilan diplomasi budaya serta keuntungan yang didapat Indonesia melalui *Korean Wave*, khususnya K-Pop.

G. Metode Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana penelitian ini akan menggunakan sumber data sekunder. Teknik yang dilakukan dalam pengambilan data adalah dengan menggunakan studi literatur sumber data seperti jurnal, artikel berita, buku, *website*, dan berbagai dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dan juga fakta, kemudian mengkajinya dengan susunan kerangka teori yang disusun secara sistematis dengan tujuan supaya mendapatkan kesesuaian antara berbagai fakta yang telah ditemukan.

Pendekatan ini juga digunakan penulis agar dapat dipahami secara jelas mengenai suatu kejadian yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti.

H. Sistematika Penulisan

Pada kepenulisan ini, penulis akan membagikan bab dalam penelitian dimana setiap bagiannya akan menjelaskan ke dalam sub-sub yang akan membahas lebih detail. Berikut adalah pemaparan mengenai 3 bab tersebut :

BAB I : Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab ini akan membahas mengenai perkembangan budaya Korea Selatan di Indonesia melalui Korean Wave K-Pop.

BAB III : Bab ini berisi pembahasan mengenai strategi perusahaan Indonesia untuk mendapatkan keuntungan melalui Korean Wave pada K-Pop.

BAB IV : Bab ini merupakan rangkuman dan kesimpulan terhadap pembahasam sebelumnya sebagai penutup.