

DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREAN CULTURAL CENTER INDONESIA PASCA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2022-2025

Cultural Diplomacy of the Korean Cultural Center Indonesia After the COVID-19 Pandemic (2022-2025)

**Andini Shima Warni, Dra. Christy Damayanti, M.Si, Sritami Santi Hatmini,
S.IP., M.A**

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

andinishima1006@gmail.com

Abstrak

Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap kegiatan diplomasi budaya, termasuk yang dijalankan oleh Korean Cultural Center Indonesia (KCCI). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan bentuk diplomasi kebudayaan yang dilakukan KCCI pasca pandemi COVID-19 tahun 2022-2025. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan teknik studi pustaka, data diperoleh melalui dokumen, arsip digital, dan platform media sosial resmi KCCI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KCCI bertransformasi dari model hybrid menjadi luring dengan tetap memanfaatkan media digital, kolaborasi dengan komunitas lokal, dan lembaga pendidikan. Strategi diplomasi yang dilakukan mencakup pameran budaya, kompetisi bahasa, pertukaran budaya digital, serta pelibatan masyarakat melalui media sosial. Berdasarkan teori diplomasi publik Nicholas J. Cull dan teori diplomasi kebudayaan Warsito & Kartikasari, KCCI berhasil mempertahankan soft power Korea Selatan di Indonesia melalui inovasi program yang adaptif dan partisipatif.

Kata kunci: diplomasi kebudayaan, KCCI, Korea Selatan, soft power, pasca pandemi

Abstract

The COVID-19 pandemic significantly impacted cultural diplomacy activities, including those carried out by the Korean Cultural Center Indonesia (KCCI). This study aims to analyze the strategies and forms of cultural diplomacy implemented by KCCI in the post-pandemic period of 2022-2025. Using a descriptive qualitative approach and literature review techniques, data were obtained through documents, digital archives, and KCCI's official social media platforms. The results show that KCCI transitioned from a hybrid model to offline, while still leveraging digital media, collaboration with local communities, and educational institutions. The cultural diplomacy strategies included

cultural exhibitions, Korean language competitions, digital cultural exchange, and public engagement via social media. Based on Nicholas J. Cull's public diplomacy theory and Warsito & Kartikasari's cultural diplomacy framework, KCCI successfully sustained South Korea's soft power in Indonesia through adaptive and participatory program innovation.

Keywords: cultural diplomacy, KCCI, South Korea, soft power, post-pandemic

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal interaksi budaya dan hubungan diplomatik antar negara. Sejak awal penyebarannya virus ini, sebagian besar negara melaksanakan pembatasan sosial yang ketat. Akibatnya, berbagai acara seni, festival, serta pertunjukan yang telah direncanakan terpaksa dibatalkan atau ditunda. Hal ini menyebabkan pengurangan kesempatan bagi masyarakat untuk saling mengenal dan memperkaya budaya satu sama lain. Dalam kondisi ini, Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) menghadapi permasalahan yang cukup berat dalam melaksanakan kegiatan diplomasi budaya. KCCI adalah salah satu bentuk upaya untuk memperkuat hubungan antara Korea Selatan dan Indonesia. Pandemi tidak hanya memengaruhi kesehatan orang-orang, tetapi juga merusak jaringan sosial dan budaya yang telah terbangun selama bertahun-tahun (Smith, 2021).

Dampak dari situasi ini terlihat jelas bukan hanya dari berkurangnya kegiatan budaya, tetapi juga dari perubahan cara kerja dalam diplomasi

yang harus diubah oleh KCCI. Sebelum pandemi, KCCI rutin menyelenggarakan acara budaya yang melibatkan partisipasi langsung masyarakat. Namun, karena pembatasan yang diterapkan, KCCI harus mencari metode baru dalam mencapai audiens dan tetap menarik minat masyarakat dalam konteks diplomasi budaya. Masyarakat kini semakin sadar akan pentingnya budaya sebagai alat dalam membangun hubungan internasional. Dengan demikian, ada kebutuhan mendesak untuk memulihkan serta memperkuat kembali hubungan budaya antar negara. Karena itu, penyesuaian strategi menjadi sangat penting agar diplomasi budaya tetap bisa berjalan meski dalam kondisi yang tidak ideal (Johnson, 2022).

Dalam menghadapi tantangan ini, KCCI perlu mengembangkan berbagai program budaya yang bisa diakses secara virtual. Penggunaan teknologi digital adalah solusi yang paling efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas tanpa batasan fisik. Beberapa bentuk program seperti webinar, pameran online, dan pertunjukan seni virtual bisa menjadi

alternatif yang menarik. Dengan memanfaatkan platform digital, KCCI tidak hanya dapat mempertahankan keterlibatan masyarakat, tetapi juga memperkenalkan budaya Korea kepada audiens yang lebih beragam. Hal ini sesuai dengan tren global yang menunjukkan meningkatnya minat terhadap konten budaya yang bisa diakses secara daring (Lee, 2023).

Selain itu, KCCI juga perlu mempertimbangkan langkah-langkah kolaborasi dengan komunitas lokal. Membangun kerja sama dengan berbagai organisasi dan komunitas lokal dapat menciptakan acara budaya yang lebih inklusif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak hanya itu, kolaborasi ini juga bisa memperkuat hubungan KCCI dengan masyarakat Indonesia. Selain itu, hal ini memberi kesempatan bagi seniman dan budayawan lokal untuk berpartisipasi dalam acara budaya yang lebih besar. Dengan begitu, KCCI bisa menjadi jembatan antara budaya Korea dan budaya Indonesia, sekaligus memperkaya pengalaman budaya kedua belah pihak (Wang, 2022).

Promosi melalui media sosial menjadi bagian penting dalam strategi KCCI setelah masa pandemi. Karena penggunaan media sosial semakin meningkat sebagai sarana berkomunikasi, KCCI dapat memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan berbagai kegiatan budaya dan menjangkau lebih banyak audiens. Konten yang menarik dan interaktif mampu meningkatkan

partisipasi masyarakat serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya diplomasi budaya. Selain itu, media sosial juga memungkinkan KCCI berinteraksi langsung dengan audiens, mendengarkan masukan, dan menyesuaikan program sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Diharapkan pendekatan ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan budaya yang diadakan oleh KCCI (Tan, 2023).

Dengan pendekatan ini, diharapkan diplomasi budaya KCCI dapat berjalan efektif kembali setelah pandemi COVID-19. KCCI harus mampu beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperkuat hubungan budaya antara Korea Selatan dan Indonesia. Dengan inovasi dalam program budaya dan kerja sama yang erat dengan komunitas lokal, KCCI dapat menciptakan dampak yang berkelanjutan. Selain itu, dengan menggunakan teknologi dan media sosial, KCCI dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya dalam konteks diplomasi. Dengan demikian, KCCI dapat berkontribusi secara signifikan dalam membangun kembali hubungan internasional yang terganggu akibat pandemi (Kim, 2023).

Berdasarkan berbagai persoalan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bentuk diplomasi kebudayaan yang

dilakukan KCCI pada periode tahun 2022–2025.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), dengan memanfaatkan sumber sekunder seperti laporan resmi KCCI, artikel berita, dan konten media sosial KCCI. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data secara naratif, dan verifikasi melalui triangulasi dokumen.

Objek penelitian adalah diplomasi kebudayaan Korea Selatan yang dilaksanakan melalui Korean Cultural Center Indonesia pasca pandemi. Peneliti menganalisis bagaimana kegiatan-kegiatan budaya digunakan sebagai sarana untuk membangun pemahaman dan hubungan diplomatik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Diplomasi kebudayaan merupakan upaya yang dilakukan suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan. Dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat umum masyarakat negara lain dalam rangka mendukung kebijakan politik luar negeri suatu negara. Kegiatan diplomasi kebudayaan ini dilakukan oleh pemerintah, lembaga non pemerintah, individual dengan memanfaatkan aspek kebudayaan negara seperti melalui kesenian,

pariwisata, olahraga, tradisi dan sebagainya (Warsito & Kartika, 2007).

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang dalam mempromosikan kebudayaan dan pertukaran budaya didukung oleh lembaga non pemerintah yaitu *Korean Cultural Center* (KCC). *Korean Cultural Center* (KCC) merupakan lembaga yang berada dibawah naungan *Korean Cultural and Information Service* (KOCIS) yang dibentuk oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea dan berhubungan dengan Kedutaan Besar Korea Selatan. *Korean Cultural and Information Service* merupakan lembaga yang bertanggungjawab mempromosikan Korea Selatan dan menyebarkan informasi keseluruh dunia. Sedangkan *Korean Cultural Center* merupakan suatu pusat kebudayaan Korea Selatan yang sudah tersebar hingga 28 negara dan terdapat 33 pusat kebudayaan salah satunya di Indonesia (KOCIS, 2021).

Korean Cultural Center Indonesia didirikan pada 18 Juli 2011 di Jakarta yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman, Senayan, Kota Jakarta Selatan. *Korean Cultural Center* Indonesia melakukan berbagai program kegiatan yang bertujuan untuk menyebarkan kebudayaan Korea Selatan di Indonesia dan untuk mendukung pertukaran budaya antara Korea dan Indonesia. Selain itu, tujuan didirikannya pusat kebudayaan KCCI ini adalah agar masyarakat Indonesia dapat merasakan kebudayaan Korea yang mana dapat diakses baik secara daring maupun luring (*Korean Cultural*

Center Indonesia, 2025). Demi tercapainya tujuan Korean Cultural Center Indonesia, KCCI memberikan fasilitas yang dapat digunakan masyarakat Indonesia agar dapat lebih mengenal kebudayaan Korea antara lain :

1. Multifunction Room (ruang serbaguna), tempat ini digunakan untuk mengadakan berbagai kegiatan acara seperti pertunjukan, pameran dan lain - lain. Dengan ukuran tempat 14,3m x 9,8m ruang serbaguna ini juga dilengkapi fasilitas seperti sound, monitor dan proyektor yang mendukung kegiatan kebudayaan di ruangan ini.
2. IT Show Room (ruang audio visual), tempat ini memiliki fasilitas komputer untuk mengakses konten budaya Korea seperti film dan drama dan terdapat layar berukuran besar untuk menayangkan promosi budaya Korea.
3. Ruang Kelas, merupakan ruangan kelas yang digunakan untuk kelas bahasa King Sejeong dan kelas budaya Korea yang diadakan setiap tahun.
4. Perpustakaan, didalam perpustakaan ini terdapat koleksi buku - buku dalam bahasa Korea, Indonesia maupun Inggris. Selain itu terdapat juga Album K-Pop, DVD film, drama Korea dan lain - lain. Perpustakaan ini

juga dilengkapi dengan meja dan kursi agar pengunjung dapat membaca buku dengan nyaman.

5. Korean Visual Content Room, yang berisi 3 komputer dengan tujuan untuk mengakses konten OTT (Netflix & Apple, TV) yang berasal dari Korea. Fasilitas ini dapat dipergunakan secara gratis dengan cara reservasi dan hanya dapat digunakan dalam waktu yang terbatas.

Selain fasilitas diatas, Korean Cultural Center Indonesia dalam mendukung penyebaran kebudayaan Korea Selatan juga melakukan kegiatan melalui program unggulan yang diadakan setiap tahun seperti dibawah ini :

1. Korea Festival, merupakan rangkaian acara kebudayaan yang mencakup berbagai aspek kebudayaan seperti musik (K-Pop), film, makanan, seni dan tradisi budaya tradisional, pariwisata, kuliner dan acara spesial lainnya. Contohnya yaitu Korean Indonesia Film Festival (KIFF) merupakan suatu program kolaborasi Korea dan Indonesia melalui film, festival ini menampilkan film - film Korea dan Indonesia yang bertujuan untuk menjadi wadah pertukaran seni dan budaya kedua negara. Dalam pelaksanaannya KCCI bekerjasama dengan Kedutaan Besar Republik Korea Selatan di Indonesia dan CGV Cinemas yang menyediakan lokasi

dan fasilitas pertunjukan dalam festival.

2. Kelas Bahasa, merupakan kerjasama KCCI dengan King Sejong Institute (KSI) dengan mengadakan kelas bahasa Korea kepada masyarakat Indonesia yang tertarik dengan bahasa. Kelas bahasa ini terbagi menjadi level *beginner* dan *intermediate* namun tiap level terbagi lagi menjadi beberapa kelas dengan metode pengajaran luring dan daring.

3. Program Tur Kampus, bekerjasama dengan Perhimpunan Pelajar Indonesia di Korea (PERPIKA) dengan menyelenggarakan kegiatan tur kampus yang bertujuan memperkenalkan universitas - universitas di Korea.

4. Pertunjukan Seni, KCCI juga sering melakukan kegiatan pertunjukan seni tradisional maupun seni modern K-Pop contohnya

5. Pameran, yaitu dengan menyelenggarakan pameran yang bertemakan budaya Korea, Seni rupa, fotografi dan juga pameran sejarah perkembangan Korea.

6. Kelas budaya, dalam program ini KCCI menyediakan berbagai kelas yang berhubungan dengan budaya Korea seperti kelas memasak masakan Korea, kelas seni tradisional, kelas kecantikan dan lain - lain.

Beberapa program kegiatan diatas bertujuan untuk memperkenalkan kebudayaan Korea yang beragam kepada masyarakat Indonesia dan dapat memperkuat hubungan antar kedua negara melalui kebudayaan.

1. Korean Cultural Center Indonesia Pra Pandemi Covid-19

Sebelum pandemi covid-19 Korean Cultural Center Indonesia aktif dalam melakukan kegiatan budaya secara langsung atau tatap muka sebagai strategi diplomasi kebudayaan di Indonesia. KCCI menggelar berbagai kegiatan secara langsung dan partisipatif yang mana mendorong hubungan personal masyarakat Indonesia dengan kebudayaan Korea. Seperti contohnya pada tahun 2018 dalam rangkaian acara Korean Culture Day, KCCI melaksanakan kegiatan yang bertema pakaian tradisional Korea yaitu "Ayo Bergaya dengan Hanbok" yang mana dalam acara tersebut masyarakat diajak untuk mempelajari dan mempraktekkan pakaian khas Korea Selatan tersebut. Acara tersebut diadakan secara gratis dan terbuka untuk umum namun jika kuota sudah memenuhi maka akan ditutup pintunya, kegiatan ini diadakan di Multifunction Hall KCCI (KCCI, 2018).

2. Korean Cultural Center Indonesia Masa Pandemi Covid-19

Pada tahun 2020 acara program bulanan dan tahunan KCCI dilakukan berbeda dengan tahun sebelumnya dikarenakan situasi pandemi covid-19. Pandemi covid-19 memberikan dampak yang signifikan dalam praktik diplomasi kebudayaan, sebagian besar aktivitas diplomasi kebudayaan seperti pertukaran pelajar, festival budaya, konser seni internasional, dan pameran kebudayaan dihentikan karena

pembatasan perjalanan internasional dan pelarangan acara publik. Menurut laporan UNESCO bahwa selama pandemi lebih dari 90% museum dan institusi budaya di dunia ditutup hal tersebut menghambat rencana diplomasi kebudayaan yang berfokus pada ruang fisik dan interaksi langsung (UNESCO, 2021).

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) sebagai instrumen diplomasi kebudayaan ikut menyesuaikan dengan perubahan dalam melaksanakan kegiatan diplomasi kebudayaan. Pada tahun 2020 KCCI berhasil menggelar total 185 *event online* dan *offline* memanfaatkan platform media sosial, meski kegiatan tatap muka mengalami keterbatasan akibat pandemi covid-19 dan penayangan acara dilakukan secara *online* namun, tayangan Youtube dan Insatgram KCCI telah ditonton sebanyak 860.000 kali (KOCIS, 2021). Dan ditahun 2020 juga Korean Cultural Center Indonesia dinobatkan sebagai pusat kebudayaan terbaik oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata (MCST) yang mana KCCI unggul daripada pusat kebudayaan Korea di negara lain (Liputan6.com, 2021).

3. Korean Cultural Center Indonesia Pasca Pandemi Covid-19

Sejak dilonggarkan pembatasan fisik ditahun 2022 Korean Cultural Center Indonesia memiliki peran yang penting sebagai aktor diplomasi kebudayaan. Setelah aktivitas fisik dilonggarkan, KCCI secara aktif memulai berbagai program diplomasi kebudayaan secara *hybrid* dan *offline*.

Sebagai bentuk reaktivasi program – program seperti kelas bahasa korea, pertunjukan musik K-Pop dan tradisional, festival makanan korea dan seminar daring dan luring mengenai budaya korea. Hal tersebut juga didasari dengan popularitas K-Pop di Indonesia, ditahun 2022 ada sebanyak 178 juta penggemar budaya korea diseluruh dunia berdasarkan survei The Korea Foundation dan Indonesia menjadi salah satunya. Masyarakat Indonesia berpendapat bahwa Korea Selatan menjadi negara dengan seni dan hiburan terbaik di dunia yang didasari pada survei Indikator Politik Indonesia ditahun 2023 (Nanda, 2024).

Pada tahun 2022 KCCI mengadakan kegiatan budaya tahunan yaitu Korea Festival yang berlangsung dari awal September hingga November 2022. Festival ini mencakup berbagai kegiatan seperti Korea Indonesia Film Festival (KIFF) yang menampilkan film – film Korea dan Indonesia dan diadakan di empat kota yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Malang yang mana diadakan secara offline melalui CGV dan online melalui aplikasi GoPlay. Selain Korean Indonesia Film Festival rangkaian dalam Korea Festival taun 2022 yang diadakan secara hybrid ada Hybrid Travel Fair di Senayan City Mall.

A. Strategi Diplomasi Kebudayaan Korean Cultural Center Indonesia

Diplomasi kebudayaan yang dilakukan Korea Selatan di Indonesia melalui *Korean Cultural Center* diidentifikasi sebagai diplomasi

publik, yaitu bentuk diplomasi yang dilakukan pemerintah suatu negara untuk mempengaruhi pendapat publik mengenai negara tersebut melalui pertukaran budaya, seni, olahraga dan lain – lain. Menurut Cull diplomasi publik dibagi menjadi beberapa bentuk yaitu *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy*, dan *international broadcasting* (Cull, 2009). Dalam hal ini Korean Cultural Center Indonesia diartikan sebagai media yang digunakan Korea Selatan untuk memperkenalkan budaya Korea ke negara Indonesia.

Tujuan dari Korean Cultural Center Indonesia yaitu memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui berbagai macam program – program baik secara langsung maupun tidak langsung agar masyarakat dapat merasakan budaya Korea Selatan (Nasrun, 2023). Hal tersebut juga sesuai dengan bentuk diplomasi publik yaitu *cultural diplomacy* yang mana prakteknya dengan didirikannya pusat kebudayaan suatu negara di negara lain dengan tujuan mempermudah masyarakat mengenali kebudayaannya. Sebagai aktor diplomasi kebudayaan Korea Selatan, Korean Cultural Center Indonesia melakukan strategi penyebaran kebudayaan dengan fokus pada promosi dan pengenalan melalui berbagai program kegiatan. KCCI menyelenggarakan festival budaya, pertunjukan seni dan kelas bahasa yang bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat Indonesia. Tujuan dari kegiatan tersebut tidak hanya untuk menarik minat

masyarakat namun juga untuk membangun dan mempererat hubungan antar kedua negara. Pendekatan ini sesuai dengan teori Nicholas J.Cull yang menekankan bahwa komunikasi dua arah dan ekspresi budaya memiliki peran yang strategis dalam menciptakan saling pengertian dan membentuk citra positif suatu negara (Cull, 2009).

Selain itu, KCCI menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga lokal seperti perguruan tinggi dan komunitas seni yang bertujuan untuk membangun kemitraan yang saling menguntungkan. Melalui kolaborasi ini diharapkan mampu membuka peluang pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara pelaku seni dan akademisi dari kedua negara sehingga tercipta pemahaman budaya publik. Dalam peran ini, KCCI menjadi penghubung aktif antara masyarakat Indonesia dan budaya Korea sehingga menciptakan interaksi budaya. Pendekatan ini sesuai dengan Warsito dan Kartikasari yang menyatakan bahwa pemahaman dan penghargaan terhadap budaya asing merupakan fondasi penting dalam membangun hubungan melalui diplomasi budaya.

Dengan munculnya pandemi Covid-19 yang mana akses kegiatan fisik dibatasi, KCCI dalam menjalankan kegiatan kebudayaannya mengalami suatu tantangan. KCCI yang awalnya menyelenggarakan program – programnya melalui kegiatan fisik, di masa pandemi covid-19 KCCI harus berinovasi agar kegiatannya tetap terlaksana. Meski menghadapi tantangan dalam pandemi covid-19

KCCI berhasil beradaptasi dengan memanfaatkan platform daring seperti Youtube, Zoom, dan media sosial untuk menyelenggarakan acara virtual. Media sosial menjadi media utama yang digunakan KCCI dalam menyebarkan budaya Korea Selatan secara cepat ditengah keterbatasan interaksi sosial (Nasrun, 2023). Inovasi yang dilakukan ini tidak hanya menjadi respon terhadap pembatasan sosial , tetapi juga menjadi strategi memperluas diplomasi dan terjangkau secara geografis. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Warsito dan Kartikasari bahwa diplomasi kebudayaan yang efektif tidak hanya bergantung pada kehadiran fisik, tetapi juga pada kemampuan menciptakan ruang dialog yang memungkinkan masyarakat lintas budaya untuk saling mengenal dan menghargai. Melalui platform digital, KCCI tidak hanya mempertahankan minat publik terhadap budaya, namun juga membuka ruang partisipasi bagi masyarakat untuk saling mengenal yang pada akhirnya mampu memperdalam pemahaman lintas budaya.

Melalui penggunaan media sosial dan program online offline yang dilakukan KCCI membuktikan bahwa Korean Cultural Center Indonesia dapat beradaptasi dengan mengikuti tren budaya populer seperti K-Pop, K-Drama dan dengan mudah menjangkau generasi muda. Pemanfaatan media sosial oleh KCCI juga bertujuan untuk menjangkau masyarakat secara luas, terbukti di tahun 2022 KCCI menunjukkan

peningkatan signifikan jumlah pengikut media sosialnya, hal tersebut juga menunjukkan bahwa budaya Korea semakin diminati oleh masyarakat Indonesia (Budiman, 2024).

B. Diplomasi Korean Cultural Center Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Tahun 2022 - 2025

Diplomasi kebudayaan merupakan sebuah cara dari suatu negara untuk memperkenalkan kekayaan budaya yang dimiliki negara tersebut. Diplomasi kebudayaan adalah bagian dari diplomasi publik, diplomasi publik memiliki tujuan membangun hubungan baik dengan masyarakat luar negeri termasuk melalui promosi kebudayaan. Dan diplomasi kebudayaan menjadi alat atau aktor yang digunakan diplomasi publik dalam mencapai tujuannya. Seperti contohnya Korea Selatan yang membangun pusat kebudayaannya di Indonesia dengan tujuan mempromosikan kebudayaannya agar masyarakat Indonesia dengan mudah mempelajari kebudayaan Korea Selatan. Korea Selatan melalui *Korean Cultural Center Indonesia* menyelenggarakan festival, pameran kebudayaan, program pertukaran pelajar dan melalui program - programnya menjadi salah satu bentuk diplomasi kebudayaan yang mendukung diplomasi publik.

Korean cultural center indonesia melakukan promosi kebudayaan melalui berbagai kegiatan melalui

penyelenggaraan festival, pameran budaya yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Namun, selama masa pandemi Covid-19 aktivitas tatap muka harus dialihkan ke platform digital maupun *hybrid* agar kegiatan diplomasi tetap dapat dilaksanakan. Pada tahun 2020 awal mula pandemi banyak kegiatan – kegiatan utama KCCI harus ditiadakan karena hal tersebut KCCI beradaptasi dengan cara memanfaatkan media digital dan berkolaborasi dengan komunitas, lembaga lain agar kegiatan KCCI tetap dapat dilaksanakan. Berdasarkan website Korean Cultural Center Indonesia dalam pelaksanaan program KCCI tahun 2020 jumlah penonton seri kuliah daring sebanyak 263 penonton, selanjutnya pada program kegiatan Konferensi King Sejong Institute tahun 2021 ditonton 340 penonton, dan kegiatan Membuka pintu penerjemah karya sastra korea tahun 2021 ditonton sebanyak 388 penonton. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa keadaan pandemi covid-19 tidak memengaruhi partisipasi masyarakat Indonesia mengenai kegiatan yang diadakan oleh Korean Cultural Center Indonesia (Nasrun, 2023).

Pasca pandemi Covid-19 *Korean Cultural Center* Indonesia memiliki peran penting dalam melanjutkan dan mengembangkan diplomasi kebudayaan antara Korea Selatan dan Indonesia. Respons masyarakat Indonesia terhadap kegiatan *Korean Cultural Center Indonesia (KCCI)* sangat positif, dan hal ini terlihat jelas melalui **interaksi di platform digital**,

terutama Instagram, YouTube, dan TikTok. Di tengah perkembangan budaya digital pasca pandemi, masyarakat Indonesia tidak hanya menjadi pasif, tetapi juga aktif berinteraksi melalui like, komentar, share, hingga partisipasi langsung dalam kegiatan kebudayaan. Studi oleh (Taewoo, Sumi, Taehyung, & Hyeak, 2024) menyatakan bahwa peningkatan interaksi digital tersebut tidak lepas dari keberhasilan KCCI dalam **menyajikan konten budaya Korea secara menarik dan relevan dengan tren anak muda Indonesia**. Konten-konten seperti *K-Food Tutorials*, *Hanbok Experience*, hingga *K-Pop Dance Challenge* menjadi hal utama yang berhasil menjangkau kalangan Gen Z dan milenial. Penggunaan narasi visual, musik populer, dan pendekatan edukatif menjadikan platform media sosial KCCI sebagai salah satu model diplomasi budaya yang adaptif terhadap dinamika digital masyarakat Indonesia.

Berikut ini bentuk diplomasi kebudayaan Korean Cultural Center Indonesia pasca pandemi Covid-19 yang mana KCCI sebagai aktor budaya Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaan melalui media digital, berkolaborasi dengan komunitas, lembaga pemerintah, lembaga pendidikan dan lain – lain,

1. K-Festival 2022



Sumber : Korea.net

K-Festival atau Korea Festival merupakan acara tahunan hasil kolaborasi Korean Cultural Center Indonesia dengan Kedutaan Besar Republik Korea Selatan di Indonesia. Acara ini berlangsung selama tanggal 15 September hingga 20 November 2022 dan akan diadakan penuh secara luring (offline) pertama kali setelah tahun 2021 diadakan secara daring. Festival menghadirkan berbagai kegiatan dan acara yang berhubungan dengan budaya korea seperti, pertunjukan musik, film, makanan dan seni. Adapun beberapa acara yang termasuk dalam festival tersebut adalah : *Annyeong Chukje*, *Korea Indonesia Film Festival (KIFF)*, *K-Pop Dance Cover Festival*, *K-Maestro "Korean Traditional Music With Craft"*, *K-Food Fair*, *K-Book : Beyond Hallyu*, *Korea Premium Product Fair 2022*.

Korea Festival diawali dengan acara *Annyeong Chukje* yang merupakan

kerjasama dengan Korean Tourism Organization (KTO) Jakarta, Korea Creative Content Agency (KOCCA), dan Gyeongsangnam-do Representative Office in Indonesia. Acara *Annyeong Chukje* ini diadakan mulai dari tanggal 15 September hingga 20 September 2022 di salah satu pusat perbelanjaan Jakarta Selatan. Dalam 11 hari penyelenggaraan acara ini berhasil menarik pengunjung sebanyak 38.000 ribu orang, dan salah satu aktivitas yang banyak diminati adalah Hanbok Experience. Pengalaman mengenakan hanbok menarik pengunjung karena pengunjung dapat berfoto diacara tersebut dengan suasana seperti di Korea. Pertunjukkan *Annyeong Chukje* ini menghadirkan seniman profesional dari *Busan National Gugak Center* yang merupakan institusi pelestarian budaya tradisional Korea dan pementasan khususnya bidang tari dan musik (Korea.net, Events at KCCs abroad, 2022).



Sumber : Korea.net

Rangkaian acara lain dalam Korea Festival tahun 2022 adalah Korea Indonesia Film Festival tahun 2022 yang kembali diadakan secara luring setelah pada tahun 2020 dan 2021 diadakan secara *hybrid*. Dalam penyelenggaraan ini KCCI bekerjasama dengan CGV Cinemas Indonesia dan akan menayangkan 16 film dari berbagai genre. Acara ini dimulai pada 29 September hingga 2 Oktober 2022 dan diadakan di empat CGV yaitu CGV Grand Indonesia, CGV 23 Paskal Shopping Center Bandung, CGV Jwalk Mall di Yogyakarta, dan CGV Malang City Point di Malang. Masyarakat umum dapat menyaksikan berbagai genre film Korea maupun Indonesia ini dengan membeli tiket seharga Rp.15.000 yang dapat dibeli melalui aplikasi atau website resmi CGV atau dapat juga membeli langsung dengan mendatangi CGV terdekat (CNN_Indonesia, 2022). Adapun 16 rangkaian film yang ditayangkan di bioskop CGV antara lain : Confidential Assignment International, Broker, Decision To Leave, Alienoid, Exit, Ashfall, The Policeman's Lineage, The Roundup, The Witch Part 2, Hansan Rising Dragon, Pawn, Happy New Year, KKN Di Desa Penari, Mencuri Raden Saleh, Pengabdian Setan 2, Miracle In Cell No.7.



Sumber : CNN Indonesia

Pada hari Sabtu, 30 Juli 2022 Korean Cultural Center Indonesia menggelar kompetisi K-Pop Cover Dance Festival yang diselenggarakan secara luring (menerapkan protokol kesehatan Covid-19). Acara ini diadakan di Lotte Shopping Avenue Jakarta, kompetisi K-Pop Cover Dance Festival diikuti oleh 12 grup cover dance dari berbagai wilayah di Indonesia, dan pesertanya juga berasal dari berbagai kalangan umur. Beberapa pengunjung yang hadir merasa sangat senang dan terhibur dikarenakan tahun sebelumnya 2021 kompetisi ini diadakan secara daring dan baru pada tahun 2022 ini kompetisi ini diadakan lagi secara luring. Selain itu, beberapa pengunjung yang hadir memberikan respon yang positif karena acara ini adalah acara yang ditunggu-tunggu oleh penggemar Hallyu K-Pop dan mereka berharap kedepannya acara ini akan terus diselenggarakan (Farouqi, 2022)



Melalui kegiatan Korean Festival pada tahun 2022 tersebut Korean Cultural Center Indonesia sebagai aktor diplomasi kebudayaan Korea Selatan di Indonesia menerapkan strategi bekerjasama dengan komunitas dan sesuai dengan bentuk diplomasi kebudayaan yang dijelaskan oleh Warsito & Kartikasari yaitu Eksibisi melalui acara Annyeong Chukje dengan menampilkan kesenian tradisional Korea Selatan. Diplomasi kebudayaan eksibisi dapat dilihat dari pelaksanaan program pertunjukkan seni musik dan tari tradisional, Selain itu, diplomasi kebudayaan bentuk eksibisi seperti Annyeong Chukje merupakan pendekatan public cultural diplomacy yang mana dalam pelaksanaannya dilakukan secara terbuka dengan tujuan membentuk

persepsi positif terhadap Korea Selatan. Dan pada rangkaian acara Hanbok Experience juga sesuai dengan bentuk diplomasi budaya Negosiasi yang mana merupakan suatu komunikasi dengan tujuan mencapai kepentingan masing – masing. Hal tersebut ditandai dengan upaya yang dilakukan KCCI dengan mengkomunikasikan budaya Korea Selatan melalui Hanbok Experience yang mana pada kegiatan tersebut masyarakat ikut mengalami langsung bagian budaya dari Korea Selatan sehingga program tersebut bersifat interaktif dan pesan kebudayaan dapat tersampaikan. Selanjutnya pada program Korea Festival 2022 ini KCCI berhasil mengadaptasi tren populer dan kolaborasi dengan lembaga lain sesuai dengan strategi yang biasa digunakan oleh Korean Cultural Center Indonesia.

2. ON THE K: Taekwon & Assemble 2023

Selanjutnya pada tahun 2023 Korean Cultural Center dalam melaksanakan diplomasi kebudayaannya kembali melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga termasuk salah satunya lembaga olahraga tepatnya seni beladiri. ON THE K: Taekwon & Assemble" adalah acara yang diselenggarakan untuk merayakan 50 tahun hubungan diplomatik antara Indonesia dan Korea Selatan, dengan menampilkan seni bela diri Taekwondo dan K-pop. Acara ini menampilkan penampilan dari tim Taekwondo Korea seperti K-TIGERS ZERO, KOREA NATIONAL DEMO TEAM, dan KUKKIWON

TAEKWONDO DEMONSTRATION TEAM. Selain itu, ada juga penampilan K-pop, dan kesempatan untuk bertemu dengan penggemar dari berbagai fandom, Acara ini diadakan di beberapa kota di Indonesia seperti Yogyakarta, Bandung dan Surabaya. Acara ini merupakan acara inovasi terbaru dari Korean Cultural Center Indonesia karena merupakan salah satu acara yang diadakan untuk memperingati hubungan diplomatik antara Indonesia dengan Korea Selatan. Dalam pelaksanaan kegiatan Korean Cultural Center Indonesia bekerja sama dengan lembaga KOCCA atau Korea Creative Content Agency dan diadakan secara luring di Main Atrium Korea 360. Dalam pernyataan Regional Diretor KOCCA disebutkan bahwa kolaborasi KCCI dengan KOCCA sebelumnya pernah berhasil mengadakan acara nobar ini secara virtual hal tersebut menjadi bukti bahwa KCCI dalam melaksanakan programnya cenderung berulang dan hanya berinovasi dengan mengembangkan program yang sudah ada. Melalui acara tersebut, KCCI memanfaatkan kolaborasi dan bentuk diplomasi eksibisi yaitu melalui pertunjukan korean pop dan seni olahraga khas Korea Selatan. Melalui rangkaian acara peringatan hubungan diplomatik kedua negara sehingga dapat mempererat hubungan antar negara dan membangun pemahaman bersama sesuai dengan pendekatan diplomasi publik melalui diplomasi kebudayaan.

3. Kontes Berbicara Bahasa Korea KSI KCCI 2024

Pada tahun 2024 King Sejong Institute Korean Cultural Center Indonesia (KSI KCCI) mengadakan "Kontes Berbicara Bahasa Korea KSI KCCI 2024" khusus untuk kategori berbicara. Kontes ini terbuka bagi siswa/i SMP yang tertarik dengan bahasa Korea. Acara ini merupakan inovasi yang dilakukan KCCI dalam menyebarkan kebudayaannya, Kompetisi ini biasanya diadakan untuk umum, namun pada tahun 2024 ini dikhususkan untuk siswa SMA sederajat di wilayah Jawa Timur. Pendaftaran ini dibuka pada 13 Februari 2024 hingga 31 Maret 2024, babak semifinal pada 3 Mei 2024 dan babak final dilakukan pada 17 Mei 2024 yang akan diadakan di Universitas Kristen Petra Surabaya.



Melalui acara Kontes berbicara dengan bahasa Korea ini sesuai dengan pendekatan bentuk diplomasi kebudayaan menurut Warsito & Kartika yaitu melaksanakan

kebudayaannya dengan bentuk Kompetisi. Kompetisi merupakan suatu kegiatan yang melibatkan persaingan atau pertunjukkan budaya namun dalam konteks yang positif dengan tujuan mempromosikan pemahaman budaya. Salah satunya yang dilakukan KCCI yaitu Kompetisi Berbicara Bahasa Korea tahun 2024 yang mana merupakan acara inovasi terbaru yang dilakukan KCCI karena kompetisi ini baru pertama kali diadakan di daerah luar Jakarta yaitu Jawa Timur. Hal tersebut membuktikan bahwa KCCI berupaya memperluas jangkauan geografisnya dalam mengadakan kegiatan kebudayaan.

4. K-Influencer & Honorary Reporter Networking Day 2025



Dan ditahun 2025 Korean Cultural Center Indonesia untuk pertama kalinya bekerjasama dengan Ministry

of Culture, Sports, and Tourism Republic of Korea mengadakan acara pertemuan K-Influencer dan Korea.net Honorary Reporter dengan tujuan memberikan ruang perkenalan antar kedua perwakilan. K-Influencer merupakan duta yang memperkenalkan budaya korea melalui konten video, sedangkan Korea.net Honorary Reporter merupakan wartawan Korea.net yang mempromosikan budaya korea melalui artikel. Dalam acara tersebut terpilih sebanyak 231 warga negara Indonesia yang terbagi menjadi 102 sebagai K-Influencer dan 129 sebagai Honorary Reporter. Melalui acara tersebut KCCI berupaya melakukan kolaborasi dan menjalankan bentuk diplomasi kebudayaan melalui pertukaran, yang mana dalam program tersebut masyarakat Indonesia yang terpilih menjadi perwakilan akan mempelajari dan mendalami kebudayaan Korea Selatan (Korea.net, Wartawan Kehormatan, 2025).

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai “Diplomasi Kebudayaan Korean Cultural Center Indonesia (KCCI) Pasca Pandemi Tahun 2022 – 2025” dengan rumusan masalah bagaimana diplomasi kebudayaan korean cultural center indonesia pasca pandemi covid-19? Diplomasi yang dilakukan oleh Korean Cultural

Center Indonesia pasca pandemi covid-19 adalah melalui pendekatan konsep diplomasi kebudayaan menurut Warsito & Kartikasari yaitu :

1. Eksibisi, atau kegiatan pertunjukkan seni sesuai dengan yang dilakukan oleh K-Festival 2022 melalui acara Annyeong Chukje, Hanbok Experience dan KIFF
2. Kompetisi, adalah kegiatan perlombaan yang diadakan dengan tujuan positif yaitu pemahaman budaya Korea Selatan kepada masyarakat Indonesia. Sesuai dengan program Kompetisi Berbicara Bahasa Korea tahun 2024 dan merupakan program inovasi terbaru dari KCCI.
3. Pertukaran Ahli, sesuai dengan program K-Influencer dan Honorary Repoters yang mana program tersebut merupakan acara promosi yang dilakukan masyarakat Indonesia yang tertarik dengan kebudayaan Korea Selatan. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman mengenai kebudayaan Korea Selatan.

B. Saran

Pada penelitian selanjutnya disarankan agar dapat melakukan wawancara dengan pihak Korean Cultural Center sehingga data yang didapat lebih banyak dan sesuai. Peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai program – program terbaru dari KCCI karena hal tersebut dapat menjadi novelty atau pembaruan dalam suatu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, S. A., & Kusumawardhana, I. (2021). Diplomasi Budaya Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Festival Banjar 2018 - 2019. *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiman, N. L. (2024). Diplomasi Budaya Multitrack: Peran Korean Cultural Center Indonesia Dalam Menyebarluaskan Budaya Korea di Indonesia. *TransBorders International Relations Journal*.
- CNN_Indonesia. (2022, September 22). *Daftar Film Tayang di Korea Indonesia Film Festival 2022*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220922011938-220-851031/daftar-film-tayang-di-korea-indonesia-film-festival-2022>
- CNNIndonesia. (2021, Oktober 4). *Deretan Acara Seru di Jakarta Korea Festival 2021*. Retrieved November 13, 2021, from CNN Indonesia : <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211004132535-269->

- 703081/deretan-acara-seru-di-jakarta-korea-festival-2021
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cummings, M. (2009). *Cultural Diplomacy and the United States Government A Survey*. American for the Arts (formely Center for Arts and Culture).
- Ditjenppi.kemendag.go.id. (2020, Desember 18). *Indonesia-Korea CEPA: Tonggak Baru Hubungan Ekonomi Bilateral Kedua Negara*. Retrieved November 13, 2021, from Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional:
<https://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/berita/detail/indonesiakorea-cepa-tonggak-baru-hubungan-ekonomi-bilateral-kedua-negara>
- Farouqi, T. H. (2022, Agustus 4). *Kompetisi K-Pop Cover Dance Festival 2022 Kembali diadakan luring oleh KCCI*. Retrieved from
<https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=219051#:~:text=Pada%20hari%20sabtu%2030%20juli%202021%20Korean,a kan%20memperlihatkan%20kemampuan%20grup%20cover%20dari%20Indonesia%2C>
- Hennida, C. (2008). *Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri*. *Journal Unair*.
- Javier, F. (2021, Agustus 5). *Ada 7,5 Miliar Twit Kpop pada Juli 2020 - Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia*. Retrieved November 2, 2021, from Tempo.co:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjUgMmA25H0AhXixDgGHSmVA00QFnoECAUQAQ&url=https%3A%2F%2Fdata.tempo.co%2Fdata%2F1174%2Fada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia&usg=AOvVaw3lgCcrXzcs6>
- KCCI. (2018, Mei 28). *Korean Culture Day Mei 2018 - Ayo Bergaya Dengan Hanbok*. Retrieved from
<https://id.korean-culture.org/id/486/board/232/read/90435>
- kemlu.go.id. (2021, Agustus 26). *Indonesia dan Korea Selatan Eratkan Kerja Sama melalui Penyelenggaraan Perdana 2+2 SOM*. Retrieved November 2, 2021, from Kemlu.go.id:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiF2LWV3JH0AhUZ4jgGHVVIATsQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fkemlu.go.id%2Fportal%2Fid%2Fread%2F2861%2Fberita%2Findonesia-dan-korea-selatan-eratkan-kerja-sama-melalui-penye>
- Kim, H. (2017). *Bridging the Theoretical Gap Between Public Diplomacy and Cultural*

- Diplomacy. *The Korean Journal of International Studies* Vol 15 No 2.
- KOCIS. (2021, 5 12). *KCCI, terpilih sebagai Pusat Kebudayaan Korea*. Retrieved from <https://id.korean-culture.org/id/1216/board/975/read/106436>
- Korea.net. (2022). *Events at KCCs abroad*. Retrieved from 2022 K-Festival in Indonesia opens with 'Annyeong Chukje': <https://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=15524&none>
- Korea.net. (2025). *Wartawan Kehormatan*. Retrieved from 231 WNI Dapat Tugas Spesial dari Korea, Siap Promosikan Budaya ke Dunia: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=270903>
- Korean Cultural Center Indonesia*. (2025, Juni 3). Retrieved from <https://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>
- Leornado. (2019). DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN-INDONESIA. *Global Political Studies Journal*, 8-9.
- Liputan6.com. (2021, Februari 5). *KCCI Dinobatkan Sebagai Pusat Kebudayaan Korea Terbaik 2020*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/global/read/4475784/kcci-dinobatkan-sebagai-pusat-kebudayaan-korea-terbaik-2020?page=3>
- Mardaningtias, M. R. (2022, November 30). *Menikmati Keheningan Pagi Korea dalam Lukisan SUMUK*. Retrieved from <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=225111>
- MOFA. (n.d.). *Hallyu : Gelombang Korea (한류:Korea Wave)*. Retrieved November 2, 2021, from [mofa.go.kr: https://overseas.mofa.go.kr/id-wpge/m_2741/contents.do](https://overseas.mofa.go.kr/id-wpge/m_2741/contents.do)
- mofa.go.kr. (n.d.). Retrieved Desember 6, 2021, from Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia: https://overseas.mofa.go.kr/id-id/brd/m_2707/list.do
- mofa.go.kr. (n.d.). *Sejarah Hubungan Diplomatik*. Retrieved November 13, 2021, from Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia (Mofa.go.kr): https://overseas.mofa.go.kr/id-wpge/m_2717/contents.do
- Nanda, E. C. (2024, November 11). *Popularitas K-Pop Jadikan Korea Selatan sebagai Negara dengan Seni dan Hiburan Terbaik*.

- Retrieved from GoodStats:
<https://goodstats.id/article/popularitas-k-pop-jadikan-korea-selatan-sebagai-negara-dengan-seni-dan-hiburan-terbaik-sZ9mr>
- Nasrun, N. A. (2023). STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI KCCI (KOREAN CULTURAL CENTER INDONESIA) PADA ERA PANDEMI. *Repository UNHAS*, 44.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power . *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*.
- Sari, Y. (2020, Oktober 1). DIPLOMASI BUDAYA KOREAN CULTURAL CENTRE DI INDONESIA TAHUN 2011-2015. Retrieved November 2, 2021, from UNPAD Repository: <http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/19782>
- So, W. (2021, Februari 4). *Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country*. Retrieved April 13, 2021, from Statista: <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country/>
- studikoreafib. (2023, Februari 6). KOCCA Indonesia x KCCI (Korean Cultural Center Indonesia): ON THE K: TAEKWON & ASSEMBLE. Retrieved from [https://korea.fib.ugm.ac.id/2023/02/06/kocca-indonesia-x-kcci-korean-cultural-center-indonesia-on-the-k-taekwon-assemble/#:~:text=K:%20TAEKWON%20&%20ASSEMBLE'%20pada%20hari%20Sabtu,TEAM%20KUKKIWON%20TAEKWONDO%20DEMONSTRATION%20TEAM\)%20dan%20dilanjutkan](https://korea.fib.ugm.ac.id/2023/02/06/kocca-indonesia-x-kcci-korean-cultural-center-indonesia-on-the-k-taekwon-assemble/#:~:text=K:%20TAEKWON%20&%20ASSEMBLE'%20pada%20hari%20Sabtu,TEAM%20KUKKIWON%20TAEKWONDO%20DEMONSTRATION%20TEAM)%20dan%20dilanjutkan)
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taewoo, R., Sumi, K., Taehyung, K., & Hyeak, Y. S. (2024). Unravelling the key topics of Hallyu: a cultural branding perspective from South Korea. *Asia Pasific Business Review*.
- TheJakartaPost. (2020, Oktober 7). *K-Festival 2020 showcases K-pop culture, halal tourism*. Retrieved November 13, 2021, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/life/2020/10/07/k-festival-2020-showcases-k-pop-culture-halal-tourism.html>
- UNESCO. (2021). *Culture in crisis: Policy guide for a resilient creative sector*. Retrieved from <https://en.unesco.org/news/culture-crisis>
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and Global Business . *The Journal of Business Strategy*, 49 -58.
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara*

*Berkembang: Studi Kasus
Indonesia. Yogyakarta: Ombak.*