

K-POP SEBAGAI INSTRUMEN POLITIK LUAR NEGERI KOREA SELATAN: STUDI KASUS STRATEGI *SOFT POWER* TERHADAP GENERASI Z DI JAKARTA PUSAT

Intan Safitri dan Nur Azizah, Lc., M. Si Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bung Karno Jakarta Pusat intanssaa@gmail.com,
nengsirnarasa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menyoroti bagaimana Korean Pop (K-Pop) dimanfaatkan sebagai instrumen *soft power* dalam politik luar negeri Korea Selatan dengan fokus pada Generasi Z di Jakarta Pusat. Teori yang digunakan adalah teori *soft power* yang dikemukakan Joseph S. Nye, yaitu kemampuan suatu negara memengaruhi pihak lain melalui daya tarik, bukan paksaan. Dalam penelitian ini, K-Pop diposisikan sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan untuk membangun citra positif, memperluas pengaruh politik, dan menarik simpati generasi muda secara sukarela. Melalui pendekatan kualitatif studi kasus dan wawancara mendalam dengan penggemar K-Pop dari Generasi Z serta perwakilan Korea Foundation Jakarta, hasil penelitian menunjukkan bahwa K-Pop tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memengaruhi ketertarikan terhadap bahasa, budaya, dan sistem pendidikan Korea Selatan. K-Pop terbukti menjadi pintu masuk yang efektif bagi diplomasi budaya, membangun kedekatan emosional, serta pemahaman lintas budaya yang mendorong penguatan hubungan bilateral. Kekuatan daya tarik yang ditawarkan K-Pop menunjukkan bahwa politik luar negeri tidak selalu harus ditempuh melalui jalur formal seperti diplomasi antar aktor negara, tetapi juga dapat dibangun melalui hubungan sosial dan budaya yang menyentuh akar masyarakat. Pendekatan ini menjadi relevan di era globalisasi, di mana pengaruh budaya populer mampu menciptakan kedekatan emosional yang melampaui batas geografis dan politik. Pemanfaatan K-Pop sebagai jembatan interaksi, Korea Selatan berhasil menanamkan nilai, citra, dan kepentingan nasionalnya melalui cara yang lebih halus namun efektif, sehingga memperkuat posisi negara tersebut di panggung internasional tanpa harus mengandalkan kekuatan militer atau tekanan ekonomi. Penelitian ini menegaskan peran K-Pop sebagai strategi *soft power* yang relevan dalam hubungan internasional modern, khususnya dalam konteks diplomasi publik dan keterlibatan generasi muda di era globalisasi budaya.

Kata Kunci: Generasi Z, K-Pop, Politik Luar Negeri, *Soft Power*

ABSTRACT

This study examines how Korean Pop (K-Pop) is utilized as a soft power instrument in South Korea's foreign policy, focusing on Generation Z in Central Jakarta. The theoretical framework applied is Joseph S. Nye's concept of soft power, which refers to a country's ability to influence others through attraction rather than coercion. In this research, K-Pop is positioned as a tool of South Korea's public diplomacy to build a positive national image, expand political influence, and gain the voluntary sympathy of younger generations. Using a qualitative case study approach and in-depth interviews with K-Pop fans from Generation Z as well as representatives of the Korea Foundation Jakarta, the findings reveal that K-Pop functions not only as entertainment but also fosters interest in the Korean language, culture, and education system. K-Pop has proven to be an effective entry point for cultural diplomacy, creating emotional closeness and cross-cultural understanding that strengthen bilateral relations. The appeal of K-Pop demonstrates that foreign policy does not always have to rely solely on formal channels such as state-to-state diplomacy but can also be advanced through social and cultural connections that reach the grassroots level. This approach has become increasingly relevant in the era of globalization, where popular culture can generate emotional bonds that transcend geographical and political boundaries. By leveraging K-Pop as a bridge of interaction, South Korea successfully embeds its values, image, and national interests through subtle yet effective means, strengthening its position on the global stage without relying on military power or economic pressure. This study affirms K-Pop's role as a relevant soft power strategy in modern international relations, particularly in the context of public diplomacy and youth engagement in an age of cultural globalization.

Keywords: Foreign Policy, Generation Z, K-Pop, Soft Power

PENDAHULUAN

Fenomena Korean Pop (K-Pop) sudah berkembang menjadi tren global yang menjangkau berbagai negara, termasuk Indonesia. K-Pop kini bukan sekadar hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai strategi untuk mengenalkan budaya Korea Selatan ke dunia. Fenomena

ini dikenal dengan sebutan Hallyu atau *Korean Wave*, yang mencakup musik, drama, film, hingga berbagai produk budaya lainnya.¹

Di zaman globalisasi seperti sekarang, hubungan antar negara tidak lagi hanya bergantung pada kekuatan militer atau kekayaan ekonomi semata. Banyak negara mulai menyadari bahwa budaya juga strategi ini secara perlahan membangun citra Korea Selatan di mata dunia sebagai negara yang dinamis, modern, dan terbuka, bukan hanya melalui kekuatan ekonomi, tetapi juga melalui daya tarik budayanya. Melalui pendekatan budaya, sebuah negara bisa menjalin hubungan yang lebih erat, menciptakan kesan yang positif, dan bahkan memengaruhi negara lain secara halus tanpa perlu tekanan. *Soft power*, istilah yang dipopulerkan Joseph S. Nye, adalah kemampuan negara untuk mendapatkan dukungan atau simpati dari negara lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan lembaga yang mewakili citra positifnya.²

Korea Selatan menunjukkan bagaimana *soft power* bisa dijalankan dengan efektif. Melalui *Korean Wave* atau *Hallyu* yang meliputi drama, kuliner, fashion, dan terutama K-Pop mereka berhasil menarik perhatian dunia. K-Pop pun menjadi senjata utama dalam diplomasi budaya, membentuk citra Korea Selatan sebagai negara modern dan dinamis.³

Dukungan pemerintah Korea Selatan terhadap K-Pop merupakan langkah strategis dalam politik luar negeri. Dengan mempromosikan idol K-Pop di berbagai negara, termasuk Indonesia, pemerintah berupaya membentuk persepsi internasional yang positif dan memperluas pengaruh diplomatiknya. Upaya ini tidak hanya mendorong perkembangan industri hiburan dalam negeri, tapi juga berhasil membangun citra Korea Selatan sebagai negara yang modern, kreatif, dan selalu berada di garis depan perkembangan zaman.⁴ Hal ini

menunjukkan bagaimana diplomasi budaya dijalankan secara terencana dalam kerangka kebijakan luar negeri.

¹ Dal Jin, *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*, 2016, doi:10.5406/illinois/9780252039973.001.0001.

² Jr. Nye Joseph S., *Soft power: The Means to Success in World Politics* (PublicAffairs Books, 2005) <<http://www.publicaffairsbooks.com/publicaffairsbooks-cgi-bin/display?book=1586482254>>.

³ Elvina Akyas Laksonno Putri, Phillia Tafwida Herdanezza, and Nino Viartasiwi, 'Kim, Youna. (Ed.). *The Soft power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama (1st Ed.)*, *The Journal of Indonesia Sustainable Development Planning*, 3.3 (2022), pp. 317–19, doi:10.46456/jisdep.v3i3.346.

⁴ Dal Yong Jin, 'Transnational Proximity of the Korean Wave in the Global Cultural Sphere', *International Journal of Communication*, 17 (2023), pp. 9–28.

Indonesia, dengan basis penggemar K-Pop yang sangat besar, menjadi salah satu target utama dalam strategi *Soft power* Korea Selatan. K-Pop berhasil menarik perhatian generasi muda Indonesia, membuka peluang besar untuk memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang mampu memimpin tren global sekaligus memainkan peran penting dalam percaturan politik internasional. Banyak fans K-Pop yang terdorong untuk belajar bahasa Korea, mengenal budaya Korea lebih dalam, bahkan bercita-cita melanjutkan pendidikan di sana. Ini membuktikan bahwa K-Pop bukan sekadar hiburan, tapi juga menjadi jembatan emosional dan budaya antara Indonesia dan Korea Selatan. Kehadiran K-Pop di Indonesia sangat terasa, terutama di kalangan Generasi Z kelompok usia muda yang sangat aktif di dunia digital dan media sosial. Generasi ini menjadi sasaran utama dalam strategi *Soft power* Korea Selatan karena mereka cenderung terbuka terhadap budaya luar dan sangat gemar mengonsumsi konten digital dalam kehidupan sehari-hari.⁵

Menurut survei yang dilakukan oleh Korean Cultural Center Indonesia (KCCI), lebih dari 60% narasumber berusia 15–25 tahun di Indonesia mengaku sebagai penggemar budaya Korea, terutama K-Pop. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer Korea memiliki daya tarik besar terhadap generasi muda Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Jakarta Pusat, yang menjadi pusat kegiatan ekonomi, pendidikan, dan budaya.⁶

Pengaruh budaya K-Pop di Jakarta Pusat tidak hanya sebatas tontonan hiburan, tapi juga ikut membentuk gaya hidup, pilihan pendidikan, dan cara pandang masyarakat terhadap Korea Selatan sebagai negara maju dan modern. Hal ini sejalan dengan strategi diplomasi publik Korea Selatan yang aktif mempromosikan negaranya lewat media hiburan. Berbagai kegiatan seperti konser K-Pop, festival budaya Korea Selatan, hingga pendirian pusat kebudayaan Korea di Indonesia menjadi bagian dari diplomasi budaya yang mempererat hubungan antara kedua negara. Dalam konteks ini, K-Pop berperan sebagai jembatan diplomatik yang menghubungkan masyarakat Indonesia terutama generasi mudanya dengan Korea Selatan. Penggunaan K-Pop menjadi instrumen penting bagi Korea Selatan dalam membangun hubungan luar negeri yang lebih kuat juga memunculkan pertanyaan menarik

⁵ Koichi Iwabuchi, 'Pop-Culture Diplomacy in Japan: *Soft power*, Nation Branding and the Question of "International Cultural Exchange"', *International Journal of Cultural Policy*, 21.4 (2015), pp. 419–32, doi:10.1080/10286632.2015.1042469.

⁶ Korean Cultural Center Indonesia (KCCI), "Survei Minat Budaya Korea Di Indonesia", 2022.

tentang seberapa efektif strategi *Soft power* dalam membentuk citra positif suatu negara dan bagaimana budaya bisa memengaruhi opini publik.⁷

Lewat studi kasus di Jakarta Pusat, khususnya pada Generasi Z, penelitian ini ingin melihat bagaimana K-Pop dimanfaatkan sebagai alat *Soft power* oleh Korea Selatan, serta pengaruhnya terhadap pandangan anak muda Indonesia terhadap negara tersebut. Fenomena ini menarik untuk diteliti dalam konteks globalisasi budaya, di mana batas antara hiburan dan diplomasi semakin samar. Budaya populer kini bukan hanya soal kesenangan, tapi juga jadi alat diplomasi yang ampuh untuk membangun kedekatan emosional antara suatu negara dan masyarakat di luar negaranya.⁸

Penelitian ini juga akan memperhatikan aspek lokalitas, yaitu bagaimana Generasi Z di Jakarta Pusat menafsirkan dan merespons budaya Korea yang masuk melalui K-Pop. Hal ini penting untuk melihat sejauh mana *Soft power* dapat bekerja dalam konteks lokal yang memiliki budaya, nilai, dan identitas tersendiri. Dengan latar belakang tersebut, skripsi ini akan membahas K-Pop sebagai instrumen politik luar negeri Korea Selatan melalui strategi *Soft power* terhadap Generasi Z di Jakarta Pusat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman hubungan internasional yang lebih dinamis dan relevan dengan perkembangan budaya global.

KERANGKA TEORI

1. TEORI *SOFT POWER*

Penelitian ini menggunakan beberapa teori utama sebagai kerangka analisis. Pertama, teori *soft power* dari Joseph S. Nye yang menjelaskan bagaimana negara dapat memengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan tanpa menggunakan paksaan. Kedua, teori diplomasi publik yang menyoroti bagaimana pemerintah memanfaatkan media, budaya populer, dan pertukaran masyarakat untuk membangun citra positif di mata publik internasional. Ketiga, teori konstruksi sosial yang membantu memahami bagaimana realitas

⁷ K Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*, Los Angeles: USC Center on Public Diplomacy, 2019

<[https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The Republic of Korea%27s Public Diplomacy Strategy Web Ready_1.27.19.pdf](https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready%201.27.19.pdf)>.

⁸ Jan Melissen, 'The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice', *Studies in Diplomacy and International Relations*, 2005, pp. 3–27, doi:10.1057/9780230554931_1.

politik dibentuk melalui interaksi, persepsi, dan pengalaman sosial, termasuk dalam melihat peran K-Pop sebagai instrumen strategi politik luar negeri Korea Selatan. Ketiga teori ini saling

melengkapi dalam menganalisis fenomena pemanfaatan budaya populer untuk tujuan politik internasional.⁹

2. TEORI POLITIK LUAR NEGERI

Bertujuan untuk menjelaskan bagaimana suatu negara merumuskan, mengambil keputusan, dan melaksanakan kebijakan luar negerinya guna mencapai kepentingan nasional. Dalam penelitian ini, teori ini menjadi fondasi untuk menganalisis mengapa dan bagaimana Korea Selatan memilih untuk menggunakan budaya populer, khususnya K-Pop, sebagai salah satu instrumen kebijakan luar negeri. politik luar negeri merupakan instrumen strategis yang digunakan oleh suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya di luar batas teritorial negara tersebut. Politik luar negeri tidak hanya berbentuk kebijakan diplomatik atau militer, tetapi juga bisa diwujudkan melalui instrumen non-tradisional seperti budaya, ekonomi kreatif, dan media. Dalam konteks Korea Selatan, penggunaan K-Pop sebagai alat diplomasi budaya menunjukkan bahwa politik luar negeri tidak lagi terbatas pada ranah formal antarnegara, tetapi juga merambah ke ranah sosial dan budaya masyarakat internasional. Menurut James Rosenau, politik luar negeri adalah segala bentuk aktivitas pemerintah yang ditujukan untuk memengaruhi lingkungan luar negeri negara tersebut, terutama dalam hubungan dengan negara-negara lain.¹⁰

PEMBAHASAN

1. Hubungan Politik Luar Negeri Korea Selatan dengan Indonesia

Dalam beberapa dekade terakhir, hubungan politik luar negeri antara Korea Selatan dan Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Kedua negara tidak hanya menjalin komunikasi diplomatik yang intens, tetapi juga mengembangkan kerja sama strategis di berbagai bidang, mulai dari politik, ekonomi, hingga budaya. Hubungan ini semakin erat seiring dengan meningkatnya kepentingan bersama dan kesadaran bahwa kolaborasi lintas sektor dapat memperkuat posisi kedua negara di

⁹ J. S. Nye, *Soft power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs., 2004, pp. 11–15. ¹⁰ J. Northwestern University Press. Rosenau, 'Pre-Theories and Theories of Foreign Policy. In B. R. Farrell (Ed.), *Approaches to Comparative and International Politics*', 1966, pp. 27–99.

kawasan maupun di panggung internasional. Pendekatan ini mencerminkan bagaimana diplomasi modern tidak lagi hanya berfokus pada isu politik semata, tetapi juga memanfaatkan jalur ekonomi dan budaya untuk membangun kemitraan yang saling menguntungkan. Kedua negara menjalin kemitraan strategis (*strategic partnership*)

sejak tahun 2006, yang kemudian ditingkatkan melalui berbagai forum bilateral dan regional seperti ASEAN-Korea dan *East Asia Summit*. Hubungan politik luar negeri antara Korea Selatan dan Indonesia pada dasarnya menunjukkan dinamika yang semakin erat dan kompleks, yang tidak hanya terbatas pada kerja sama formal di bidang politik maupun ekonomi semata, tetapi juga didukung oleh diplomasi budaya yang dikenal secara luas sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave*.¹⁰

Fenomena *Hallyu* ini telah berkembang menjadi salah satu instrumen *soft power* yang sangat efektif bagi pemerintah Korea Selatan dalam memperkuat hubungan bilateral dengan Indonesia, di mana penyebaran budaya populer Korea Selatan melalui K-pop, K-drama, film, hingga gastrodiplomacy tidak hanya membentuk citra positif Korea Selatan di mata publik Indonesia, tetapi juga menciptakan kedekatan emosional yang berimplikasi pada meningkatnya kepercayaan publik terhadap kerja sama lintas sektor antara kedua negara. Melalui strategi yang berlandaskan pada prinsip neoliberalisme, diplomasi budaya ini dimanfaatkan oleh Korea Selatan sebagai sarana untuk mendorong kepentingan nasional, seperti memperluas jaringan perdagangan internasional, menarik investasi asing, memperkuat sektor pariwisata, dan menciptakan peluang kerja sama di bidang pendidikan serta teknologi, yang pada akhirnya semakin memperkuat posisi Korea Selatan sebagai mitra strategis Indonesia di kawasan Asia Timur. Oleh karena itu, *Hallyu* berfungsi sebagai pelengkap diplomasi tradisional yang berbasis negosiasi antar pemerintah, karena pengaruh budaya populer yang meluas mampu menjangkau masyarakat secara langsung, mengikis hambatan sosial-budaya, serta membuka ruang dialog antarbangsa yang lebih inklusif, sehingga secara signifikan mendukung terciptanya hubungan yang saling menguntungkan dan memperkuat ikatan persahabatan jangka panjang antara kedua negara dalam konteks hubungan

¹⁰ Imelda Sari, 'Drama Korea Queen of Tears Sebagai *Soft power* Diplomacy Dan Pendorong Perekonomian', 6.2 (2025), pp. 586–96.

internasional yang dinamis.¹¹

Safaat et al. (2022) menunjukkan bahwa keberhasilan *Hallyu* dalam membangun citra positif Korea Selatan di Indonesia turut memperkuat basis dukungan bagi kebijakan luar negeri Korea Selatan di kawasan Asia Tenggara. Hal ini sejalan dengan teori *soft power* yang menekankan pentingnya daya tarik budaya dan nilai-nilai politik dalam membangun legitimasi dan pengaruh global. Dengan ini, hubungan

politik luar negeri Korea Selatan dengan Indonesia tidak hanya ditopang oleh diplomasi tradisional, tetapi juga diperkaya oleh strategi *soft power* yang mengedepankan pendekatan budaya sebagai sarana memperkokoh kemitraan strategis kedua negara.¹²

2. K-Pop Sebagai Strategi Politik Luar Negeri

Fenomena K-Pop tidak hanya sekadar industri hiburan, tetapi telah berkembang menjadi instrumen penting dalam strategi politik luar negeri Korea Selatan. Pemerintah Korea memanfaatkan popularitas global grup-grup K-Pop seperti BTS, Blackpink, dan NCT sebagai bagian dari diplomasi budaya yang disebut *Hallyu diplomacy*. Strategi ini sejalan dengan konsep *soft power* Joseph Nye, di mana budaya digunakan untuk menarik simpati dan menciptakan citra positif di mata internasional. Oleh karena itu, K-Pop tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga menjadi aset diplomasi dalam membangun citra Korea Selatan sebagai negara modern, dinamis, dan berdaya saing di kancah global.¹³

Diplomasi berbasis K-Pop digunakan untuk memperkuat relasi politik dan kerja sama internasional. Pemerintah Korea Selatan sering melibatkan idol K-Pop dalam forum internasional, kampanye PBB, hingga pertemuan bilateral, sebagai bentuk *nation branding*. Hal ini menunjukkan bahwa K-Pop diposisikan sebagai “perpanjangan tangan” kebijakan luar negeri yang mendukung kepentingan nasional, termasuk dalam hal memperluas jaringan diplomatik dan memperkuat pengaruh politik di kawasan Asia

¹¹ Frederico Nathaniel Darmawan, ‘Analisis Teori Neoliberalisme Pada Kasus Hallyu Sebagai Alat Diplomasi Korea Selatan Dalam Kerjasama Dengan Indonesia Analisis Teori Neoliberalisme Pada Kasus Hallyu Sebagai Alat Diplomasi Korea Selatan Dalam Kerjasama Dengan Indonesia’, no. June (2023).

¹² Ayu Rezky Safaat, Farahdiba Rahma Bachtiar, and Nur Aliyah Zainal, ‘Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan’, 5 (2022), pp. 169–96.

¹³ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Argista Wahyu Febriani, ‘Penggunaan K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Budaya Moon Jae In Dengan Korea Utara Periode 2017-2018’, 2021.

maupun dunia.¹⁴ Korea Selatan melakukan negosiasi kepentingan politiknya melalui jalur budaya yang lebih halus namun efektif.

Di sisi lain, berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa strategi diplomasi K-Pop berhasil meningkatkan kedekatan emosional antara publik internasional dengan Korea Selatan. Studi-studi dari universitas dalam negeri menegaskan bahwa melalui popularitas K-Pop, Korea Selatan tidak hanya mengakses ruang budaya, tetapi juga memengaruhi persepsi politik publik negara lain. Dalam kata lain, K-Pop berfungsi sebagai medium public diplomacy yang strategis, memperkuat

posisi Korea Selatan dalam percaturan politik internasional sekaligus mendukung agenda politik luar negerinya.¹⁵

Diplomasi berbasis K-Pop juga memunculkan peluang kerja sama lintas negara. Popularitas K-Pop di Indonesia, misalnya, telah mendorong lahirnya berbagai bentuk kolaborasi, mulai dari industri kreatif, pariwisata, hingga pendidikan. Hal ini memperlihatkan bahwa *soft power* melalui K-Pop dapat menciptakan spillover effect yang mendukung kepentingan ekonomi sekaligus memperkuat hubungan bilateral. Diplomasi budaya menjadi pintu masuk yang efektif untuk memperluas kepentingan politik dan ekonomi Korea Selatan.¹⁶

Oleh karena itu, strategi politik luar negeri berbasis K-Pop tidak lepas dari tantangan. Dominasi budaya Korea Selatan melalui K-Pop bisa menimbulkan resistensi atau *cultural backlash* jika tidak dikelola dengan baik. Beberapa akademisi di Indonesia menyoroti bahwa diplomasi budaya Korea Selatan sebaiknya dilakukan secara lebih inklusif, dengan memberi ruang bagi pertukaran budaya dua arah agar tidak dipandang sebagai bentuk dominasi budaya asing. Pendekatan ini penting agar *soft power* Korea Selatan tetap berfungsi sebagai instrumen politik yang efektif tanpa menimbulkan gesekan sosial.¹⁸

¹⁴ Universitas Islam Indonesia STD Alhusna, 'Upaya Presiden Moon Jae In Dalam Memanfaatkan Grup Musik BTS Sebagai Instrumen *Soft power* Korea Selatan (2020-2022)', 2025.

¹⁵ A. Assabil, Q. & Triyatno, 'Diplomasi Budaya Korea Selatan & K-Pop Pada 2021.', 2023.

¹⁶ R. Universitas Indonesia Sari, 'Dampak K-Pop Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia', 2022. ¹⁸ F. Universitas Diponegoro Ramadhan, 'Cultural Backlash Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Asia Tenggara.', 2021.

K-Pop telah terbukti menjadi strategi politik luar negeri yang efektif bagi Korea Selatan. Popularitasnya di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z Indonesia, memperkuat basis diplomasi publik sekaligus membangun persepsi positif terhadap Korea Selatan sebagai negara demokratis dan modern.¹⁷

3. Demografi Generasi Z di Jakarta Pusat

Generasi Z di Jakarta Pusat merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Menurut data Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2023), populasi Generasi Z di Jakarta Pusat mencapai sekitar 27% dari total penduduk wilayah tersebut, dengan dominasi usia produktif antara 15–24 tahun. Sebagai bagian dari ibu kota negara, mereka terpapar pada gaya hidup urban yang dinamis, lingkungan multikultural, serta akses teknologi yang luas, yang menjadikan mereka sebagai salah satu kelompok paling terhubung secara global di Indonesia.

Dari sisi pendidikan, Generasi Z di Jakarta Pusat memiliki tingkat partisipasi sekolah yang tinggi. BPS mencatat bahwa Angka Partisipasi Sekolah (APS) untuk usia 16–18 tahun di Jakarta Pusat mencapai 91,4%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional. Hal ini didukung oleh banyaknya fasilitas pendidikan formal maupun informal di kawasan tersebut, termasuk kursus bahasa asing, pusat pelatihan keterampilan digital, dan lembaga pendidikan internasional. Akses pendidikan yang lebih baik mempengaruhi pola pikir Generasi Z di Jakarta Pusat yang lebih terbuka terhadap pengaruh budaya global, termasuk fenomena K-Pop dan *soft power* Korea Selatan.

Dari sisi penggunaan teknologi, Generasi Z di Jakarta Pusat dikenal sebagai kelompok yang sangat terhubung secara digital. Studi oleh Prasetyo et al. (2021) menemukan bahwa 96% Generasi Z di Jakarta Pusat memiliki akses ke smartphone dan internet berkecepatan tinggi, dengan media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube sebagai platform utama konsumsi hiburan. Tingginya penetrasi digital ini memudahkan mereka mengakses tren global secara real-time, termasuk budaya populer seperti K-Pop yang memanfaatkan media sosial sebagai saluran distribusi utama.¹⁸

¹⁷ Ramadhan, 'Cultural Backlash Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Asia Tenggara.'

¹⁸ A. Prasetyo, 'Media Sosial Dan Pola Konsumsi Budaya Generasi Z Di Jakarta', 2021. ²¹

D. Rahmawati, 'Ruang Urban Dan Budaya Anak Muda Di Jakarta Pusat', 2021.

Secara ekonomi, Generasi Z di Jakarta Pusat didominasi oleh keluarga kelas menengah urban. Menurut Laporan BPS DKI Jakarta (2023), sekitar 72% Generasi Z di wilayah ini berasal dari keluarga dengan pendapatan menengah ke atas yang memungkinkan mereka mengalokasikan pengeluaran untuk gaya hidup modern seperti langganan platform streaming, pembelian merchandise K-Pop, dan menghadiri konser internasional. Kondisi ekonomi yang relatif stabil membuat mereka lebih konsumtif terhadap produk budaya global dibandingkan generasi sebelumnya.

Kawasan Jakarta Pusat yang menjadi pusat pemerintahan, bisnis, dan budaya juga berpengaruh besar terhadap karakteristik Generasi Z. Menurut Rahmawati (2021), keberadaan pusat perbelanjaan besar seperti Grand Indonesia, Plaza Indonesia, dan kawasan Thamrin serta ruang kreatif seperti taman kota dan kafe berkonsep modern telah menciptakan ekosistem yang mendukung aktivitas budaya anak muda.²¹ Lingkungan ini tidak hanya menjadi tempat interaksi sosial, tetapi juga ruang

pertukaran budaya yang memperkuat identitas Generasi Z sebagai generasi urban kosmopolitan.

Berikut adalah gambaran data demografi Generasi Z di Jakarta Pusat:

Kategori	Data (%)	Sumber
Populasi Gen Z	27% dari total penduduk	BPS DKI Jakarta (2023)
Usia Dominan	15-24 Tahun (68% Gen Z)	BPS DKI Jakarta (2023)
Angka Partisipasi Sekolah	91.4% (Usia 16-18 Tahun)	BPS DKI Jakarta (2023)
Akses Internet	96% Memiliki Smartphone	Prasetyo et al. (2021)
Kelas Ekonomi	72% menengah keatas	BPS DKI Jakarta (2023)

Tabel 1. Gambaran Data Demografi Generasi Z di Jakarta Pusat

(sumber: BPS)

Generasi Z di Jakarta Pusat bukan hanya menjadi konsumen budaya global tetapi juga aktor utama dalam penyebarannya melalui media sosial dan komunitas kreatif. Mereka berperan sebagai penghubung antara tren budaya internasional, seperti

K-Pop, dengan konteks lokal Indonesia. Keunikan profil demografis ini menjadikan Generasi Z Jakarta Pusat sebagai fokus penting dalam memahami bagaimana *soft power* Korea Selatan bekerja efektif di tingkat masyarakat perkotaan.

4. **Strategi *Soft Power***

Soft power merupakan kemampuan suatu negara untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai politik, serta kebijakan luar negeri yang meyakinkan tanpa mengandalkan kekuatan militer. Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Joseph Nye dan semakin relevan dalam praktik politik luar negeri negara-negara Asia, termasuk Korea Selatan dan Indonesia. Dalam diplomasi modern, negara yang mampu menampilkan citra politik yang stabil, demokratis, dan kredibel akan lebih mudah membangun kepercayaan internasional. Menurut Trido Saputro, “*soft power* menjadi fondasi utama dalam strategi diplomasi karena mampu membangun reputasi negara di mata dunia internasional tanpa menimbulkan resistensi politik.”

Strategi *soft power* dalam politik luar negeri menuntut pemerintah untuk membangun citra negara yang dipercaya. Hal ini dilakukan melalui kebijakan luar negeri yang konsisten, komitmen terhadap perdamaian, dan partisipasi aktif dalam organisasi internasional. Trido Saputro dalam penelitiannya menggarisbawahi bahwa reputasi politik yang baik “menjadi modal diplomasi yang efektif karena negara lain lebih cenderung menghormati negara yang memiliki kredibilitas tinggi.” Tantangan utama strategi *soft power* dalam politik adalah konsistensi kebijakan dan kejelasan pesan yang disampaikan. Negara yang sering mengubah orientasi politik luar negerinya akan sulit membangun citra yang stabil. Oleh sebab itu, strategi *soft power* harus memiliki visi politik luar negeri jangka panjang. Trido Saputro menegaskan bahwa “*soft power* harus dirancang dengan arah kebijakan luar negeri yang jelas, sehingga citra negara tetap terjaga dalam jangka panjang.”¹⁹ Oleh karena itu, citra politik harus dipelihara sebagai bagian dari strategi *soft power*.

Kekuatan budaya populer seperti K-Pop dimanfaatkan Korea Selatan bukan sekadar sarana promosi budaya, melainkan juga instrumen politik luar negeri. Popularitas *Hallyu* membentuk citra Korea Selatan sebagai negara modern dan inovatif, sehingga memperkuat posisi diplomatik Seoul di kawasan Asia Tenggara. Maria Veri Diana Baun Yuel menjelaskan bahwa keberhasilan ini “merupakan hasil sinergi antara pemerintah

¹⁹ Trido Saputro, ‘Memelihara *Soft power* Sebagai Landasan Strategi Diplomasi’, *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 5.2 (2013), pp. 39–54.

dan industri kreatif sehingga *Korean Wave* bukan hanya fenomena hiburan, tetapi bagian integral dari kebijakan diplomasi publik Korea Selatan.” Pengaruh politik *soft power* terlihat ketika sebuah negara mampu membentuk opini publik internasional agar selaras dengan kepentingan politiknya.

Korea Selatan, misalnya, memanfaatkan popularitas K-Pop untuk membangun simpati terhadap kebijakan luar negerinya, termasuk isu hubungan dengan Korea Utara dan promosi demokrasi di Asia. Hal ini menunjukkan bahwa budaya pop dapat menjadi alat untuk mencapai tujuan politik strategis, selama dikelola secara sistematis dan didukung oleh pemerintah. Untuk meningkatkan *soft power* politiknya, Indonesia perlu mengintegrasikan seluruh aktor diplomasi pemerintah, komunitas budaya, media, dan sektor swasta agar pesan politik luar negeri lebih efektif tersampaikan. Korea Selatan telah menerapkan kerangka kebijakan serupa, di mana kementerian luar negeri bekerja sama dengan industri hiburan dan komunitas diaspora dalam mempromosikan citra negara.²⁰

Fenomena ini menegaskan bahwa *soft power* melampaui batas kebijakan pemerintah, menjelma menjadi kekuatan bersama masyarakat yang mengarahkan budaya pop untuk mendukung kepentingan politik luar negeri.

Indonesia juga memiliki peluang untuk mengembangkan strategi serupa. Sebagai negara demokrasi terbesar di Asia Tenggara, Indonesia dapat menggunakan nilai-nilai politik seperti keterbukaan, keberagaman, dan stabilitas pemerintahan sebagai daya tarik internasional. Diplomasi budaya yang terintegrasi dengan politik luar negeri akan meningkatkan legitimasi kebijakan Indonesia di mata mitra internasional. Sartika Soesilowati menegaskan bahwa “diplomasi budaya mampu memperkuat posisi politik Indonesia ketika diarahkan selaras dengan agenda diplomasi negara dan didukung oleh aktor pemerintah.”²¹

Korea Selatan memanfaatkan *Hallyu* sebagai sarana diplomasi publik yang membawa dampak politik nyata. Popularitas budaya Korea menciptakan persepsi positif

²⁰ Maria Veri Diana Baun Yuel and others, ‘Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korean Wave’, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7.1 (2023), pp. 45–55, doi:10.38043/jids.v7i1.3609.

²¹ Sartika Soesilowati, ‘Diplomasi *Soft power* Indonesia Melalui Atase Pendidikan Dan Kebudayaan’, *Global & Strategis*, 2.9 (2015), p. 296.

masyarakat internasional, yang kemudian mendukung kebijakan luar negeri Seoul, termasuk dalam lobi diplomatik dan perundingan perdagangan. Madeline Kineta Nobelis menegaskan bahwa “bahkan gastrodiplomasi Korea Selatan diarahkan untuk memperkuat citra politik negara sebagai mitra internasional yang modern dan ramah.”²² Hal ini menjadi bukti bahwa strategi budaya dapat diorkestrasi untuk tujuan politik luar negeri yang konkret.

Diplomasi politik berbasis *soft power* juga tampak dalam kebijakan Indonesia di kawasan Indo-Pasifik. Dengan prinsip bebas aktif, Indonesia memproyeksikan citra sebagai negara penengah dan pendukung perdamaian. Zulfikar Khaidir Mahmud mencatat bahwa diplomasi maritim budaya Indonesia “tidak hanya berdampak pada promosi pariwisata, tetapi juga meningkatkan posisi politik Indonesia sebagai aktor yang kooperatif dan dipercaya di tingkat regional.”²³

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa K-Pop terbukti menjadi instrumen efektif dalam strategi politik luar negeri Korea Selatan melalui pendekatan *soft power*. Melalui budaya populer ini, Korea Selatan tidak hanya berhasil mengeksport hiburan, tetapi juga membentuk citra nasional yang positif di mata masyarakat

global, termasuk Generasi Z di Jakarta Pusat. Generasi muda ini, yang dikenal sangat aktif dalam dunia digital dan memiliki keterbukaan terhadap budaya global, menjadi target strategis dalam penyebaran budaya Korea. Ketertarikan mereka terhadap K-Pop tidak berhenti pada aspek musik dan penampilan idola semata, tetapi berkembang menjadi minat terhadap bahasa Korea, sejarah, nilai-nilai sosial, bahkan sistem pendidikan Korea Selatan.

Temuan ini membuktikan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan, yang didorong oleh lembaga-lembaga seperti *Korea Foundation*, mampu menembus batas-batas formal antarnegara dan menjalin hubungan emosional antar masyarakat. Strategi *soft power* ini didukung oleh pendekatan konsisten, inklusif, dan inovatif yang tidak hanya mengandalkan industri hiburan tetapi juga memperluas pengaruhnya ke sektor pendidikan, akademik, dan media. Kekuatan daya tarik yang ditawarkan K-Pop menunjukkan bahwa politik luar negeri tidak selalu harus ditempuh melalui jalur formal seperti diplomasi antar aktor negara, tetapi juga dapat dibangun melalui hubungan sosial dan budaya yang menyentuh akar masyarakat.

²² Madeline Kineta Nobelis, ‘*Soft power Diplomacy Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Gastrodiplomasi*’, 8 (2024).

²³ Pelanggan Dan and others, ‘*Jurnal Kajian Pariwisata Jurnal Kajian Pariwisata*’, 1.1 (2023), pp. 51–62.

Korea Selatan telah berhasil menunjukkan bahwa diplomasi budaya berbasis *soft power* dapat menjadi sarana yang kuat dalam memperkuat relasi bilateral dan memperluas pengaruh negara secara damai, efektif, dan berkelanjutan. Kesuksesan ini menjadi cerminan transformasi diplomasi kontemporer di era globalisasi, di mana kekuatan lunak menjadi kunci utama dalam membentuk tatanan hubungan internasional yang lebih cair, inklusif, dan berbasis nilai-nilai universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akyas Laksonno Putri, Elvina, Phillia Tafwida Herdanezza, and Nino Viartasiwi, 'Kim, Youna. (Ed.). *The Soft power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama* (1st Ed.)', *The Journal of Indonesia Sustainable Development Planning*, 3.3 (2022), pp. 317–19, doi:10.46456/jisdep.v3i3.346
- Argista Wahyu Febriani, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 'Penggunaan K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Budaya Moon Jae In Dengan Korea Utara Periode 2017-2018', 2021
- Assabil, Q. & Triyatno, A., 'Diplomasi Budaya Korea Selatan & K-Pop Pada 2021.', 2023
- Choi, K, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*, Los Angeles: USC Center on Public Diplomacy, 2019
<[https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The Republic of Korea%27s Public Diplomacy Strategy Web Ready_1.27.19.pdf](https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready%201.27.19.pdf)>
- Dan, Pelanggan, and others, 'Jurnal Kajian Pariwisata Jurnal Kajian Pariwisata', 1.1 (2023), pp. 51–62
- Darmawan, Frederico Nathaniel, 'Analisis Teori NeoLiberalisme Pada Kasus Hallyu Sebagai Alat Diplomasi Korea Selatan Dalam Kerjasama Dengan Indonesia Analisis Teori NeoLiberalisme Pada Kasus Hallyu Sebagai Alat Diplomasi Korea Selatan Dalam Kerjasama Dengan Indonesia', no. June (2023)
- Iwabuchi, Koichi, 'Pop-Culture Diplomacy in Japan: *Soft power*, Nation Branding and the Question of "International Cultural Exchange"', *International Journal of Cultural Policy*, 21.4 (2015), pp. 419–32, doi:10.1080/10286632.2015.1042469
- Jin, Dal, *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*, 2016, doi:10.5406/illinois/9780252039973.001.0001
- Jin, Dal Yong, 'Transnational Proximity of the Korean Wave in the Global Cultural Sphere',

International Journal of Communication, 17 (2023), pp. 9–28

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI), “‘Survei Minat Budaya Korea Di Indonesia’”, 2022

Madeline Kineta Nobelis, ‘*Soft power* Diplomacy Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Gastrodiplomasi’, 8 (2024)

Melissen, Jan, ‘The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice’, *Studies in Diplomacy and International Relations*, 2005, pp. 3–27, doi:10.1057/9780230554931_1

Nye, J. S., *Soft power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs., 2004

Prasetyo, A., ‘Media Sosial Dan Pola Konsumsi Budaya Generasi Z Di Jakarta’, 2021

Rahmawati, D., ‘Ruang Urban Dan Budaya Anak Muda Di Jakarta Pusat’, 2021

Ramadhan, F. Universitas Diponegoro, ‘Cultural Backlash Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Asia Tenggara.’, 2021

Rosenau, J. Northwestern University Press., ‘Pre-Theories and Theories of Foreign Policy. In B. R. Farrell (Ed.), *Approaches to Comparative and International Politics*’, 1966, pp. 27–99

S., Jr. Nye Joseph, *Soft power: The Means to Success in World Politics* (PublicAffairs Books, 2005) <<http://www.publicaffairsbooks.com/publicaffairsbooks-cgibin/display?book=1586482254>>

Safaat, Ayu Rezky, Farahdiba Rahma Bachtiar, and Nur Aliyah Zainal, ‘Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan’, 5 (2022), pp. 169–96

Saputro, Trido, ‘Memelihara *Soft power* Sebagai Landasan Strategi Diplomasi’, *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 5.2 (2013), pp. 39–54

Sari, Imelda, ‘Drama Korea Queen of Tears Sebagai *Soft power* Diplomacy Dan Pendorong Perekonomian’, 6.2 (2025), pp. 586–96

Sari, R. Universitas Indonesia, ‘Dampak K-Pop Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia’, 2022 sartika soesilowati, ‘Diplomasi *Soft power* Indonesia Melalui

Atase Pendidikan Dan

Kebudayaan’, *Global & Strategis*, 2.9 (2015), p. 296

STD Alhusna, Universitas Islam Indonesia, ‘Upaya Presiden Moon Jae In Dalam Memanfaatkan Grup Musik BTS Sebagai Instrumen *Soft power* Korea Selatan (2020-2022)’, 2025

Yuel, Maria Veri Diana Baun, and others, ‘Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korean Wave’, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7.1 (2023), pp. 45–55, doi:10.38043/jids.v7i1.3609