

PROGRAM RUMAH BUDAYA INDONESIA DI KOREA SELATAN PADA TAHUN 2009-2017

Heni Syintia Putri¹

Abstract

This article aims to determine the effort of the Programs of Rumah Budaya Indonesia in the bilateral relations between Indonesia and South Korea in the field of culture. Which is this program on the basis to improvement relations between Indonesia and South korea. This thesis method using descriptive type collecting data using literature or reference studies, type of data using secondary data and analytical using qualitative analysis. The result showed the program of Rumah Budaya Indonesia have a long term program to increase economic from culture. The programs contains cultural, linguistic, information and entertainer. Where each of these programs has a sepcial program in every field. The programs are Cultural week, cultural exchange, Rumah Budaya ASEAN, Colaboration Indonesia-Korea Culture week, etc.

Keywords: *Rumah Budaya Indonesia, Culture, South Korea*

Pendahuluan

Pasca Perang Dunia II, Jepang berupaya membangun hubungan kerjasama dengan negara-negara lain, terutama negara-negara di kawasan Asia. Namun upaya ini tidak mudah dilakukan. Jepang merupakan salah satu negara agresif yang menguasai dan menjajah negara-negara di Asia Timur dan Asia Tenggara antara lain Cina, Mongolia, Taiwan, Korea Selatan, dan termasuk Indonesia. Meskipun Jepang kalah dalam Perang Dunia II dan tidak lagi menjadi negara agresor, citra Jepang sebagai negara penjajah tidak mudah untuk dihilangkan. Oleh karena itu Jepang memilih untuk menggunakan pendekatan ekonomi dan budaya untuk mendekati bangsa-bangsa di kawasan tersebut.

RBI terkait dengan isu strategis yang masuk ke dalam Rencana Induk Nasional pembangunan kebudayaan 2009-2025 bertugas untuk penguatan berkebudayaan antar negara, penguatan karakter dan jati diri bangsa serta multikultural, pelestarian sejarah dan warisan budaya, pengembangan industri budaya, serta penguatan diplomasi budaya (kebudayaan.kemdikbud.go.id,2017). Digagasnya RBI juga selaras dengan Nawa Cita yang di canangkan Presiden Joko Widodo, yang memberikan fokus terhadap lima sektor, salah satunya adalah pariwisata. Berdasarkan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, sektor industri, pertanian, pariwisata, perdagangan, dan pertambangan masih menjadi yang terbesar.

Total kontribusi lima sektor itu mencapai 64,7 persen terhadap pertumbuhan ekonomi 2016 (ekonomi.kompas.com,2017). Melalui strategi pariwisata ini, pemerintah menargetkan angka kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 20 juta kunjungan pada 2019. Target ini didasarkan pada kepentingan untuk dapat meningkatkan pendapatan nasional dari devisa sektor pariwisata. Sebagai contoh, pada tahun 2015 pariwisata masih ada di peringkat keempat sebagai sektor penyumbang devisa terbesar (indonesia-investments.com,2017).

Guna mencapai target tersebut, Kemendikbud telah merealisasikan pembangunan RBI di 19 negara, diantaranya 17 negara yang terdapat atase Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, yaitu Amerika Serikat, Australia, Korea Selatan, Belanda, Inggris, German, Prancis, Saudi

¹Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail :henisp9@gmail.com

Arabia, Mesir, Tiongkok, India, Jepang, Malaysia, Papua Nugini, Singapore, Thailand, Timor leste, Filipina, dan 2 negara lainnya adalah Myanmar dan Turki (kebudayaan.kemdikbud.go.id,2017). Dari total 19 negara yang telah disasar RBI, Jerman dan Korea Selatan merupakan dua negara yang dipilih sebagai lokasi pembangunan RBI pertama, yang dibangun pada tahun 2009. Berbeda dengan RBI Jerman yang lebih menonjolkan alat musik tradisional Indonesia seperti Gamelan, Angklung, dan Arumba, RBI di Korea Selatan lebih menonjolkan keberagaman bentuk rumah serta pakaian adat Indonesia, seperti arsitektur Minangkabau (Rumah Gadang), Jawa (Joglo), Tanah Toraja (Tongkonan) dan Kalimantan (Rumah Betang). Konsep tersebut merupakan realisasi dari salah satu butir kesepakatan Sister National ²Park antara Taman Nasional Gunung Pangranga di Indonesia dan Yumyeong National Park di Korea Selatan (kemlu.go.id,2017).

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui program Rumah Budaya Indonesia pada tahun 2009 - 2017 dalam meningkatkan hubungan kerjasama bilateral yang dilakukan oleh kedua negara Indonesia – Korea Selatan terutama di bidang budaya. Karena pada perodesasi 2009 – 2017 merupakan awal ditandatanganinya MoU kerjasama di bidang budaya dan juga terbentuknya Rumah Budaya Indonesia. Dari berbagai contoh hubungan diplomasi Indonesia – Korea Selatan, disini dapat kita lihat bahwa hubungan bilateral antar Indonesia dan Korea Selatan itu terjalin sangat baik. Dimana banyak terjadi hubungan diplomasi dan kerjasama-kerjasama yang dilakukan untuk memajukan perekonomian dari bidang budaya.

Kerangka Dasar Teori

Konsep Diplomasi Budaya

Diplomasi merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan kepentingan nasional suatu negara. Diplomasi bagaikan alat utama dalam pencapaian kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional. Melalui diplomasi inilah sebuah negara dapat membangun citra tentang dirinya. Dalam hubungan antar negara, pada umumnya diplomasi dikembangkan sejak tingkat paling awal sebuah negara hendak melakukan hubungan bilateral dengan negara lain hingga keduanya mengembangkan hubungan selanjutnya. Diplomasi secara familiar sebenarnya memiliki inti pada diplomasi publik, dimana guna mencapai saling pengertian antara dua negara (bilateral) atau tiga negara (trilateral), atau beberapa negara (multilateral). Negara melalui perwakilan resmi dan aktor-aktor lain berusaha untuk menyampaikan, mengkordinasikan dan mengamankan kepentingan nasional khusus atau yang lebih luas, yang dilakukan melalui korespondensi, pembicaraan³ tidak resmi, saling menyampaikan cara pandang, lobby, kunjungan, dan aktivitas-aktivitas lainnya yang terkait (Barston, 1997).

Konsep diplomasi kebudayaan didefinisikan oleh Richard T. Arndt, dalam bukunya *The First Resort of King : American Cultural Diplomacy in Twentieth Century*. Richard. T. Arndt mengatakan bahwa diplomasi budaya merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan pengaruh dan hasil dalam hubungan internasional antar negara. Dalam penelitiannya Arndt membuktikan bahwa diplomasi budaya dapat membantu menciptakan dasar kepercayaan dengan orang lain, dalam hal ini para pembuat kebijakan untuk mencapai kesepakatan politik, ekonomi, militer (Arndt, 2005).

Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari menjelaskan bahwa Diplomasi kebudayaan sebagai bentuk *soft diplomacy* adalah usaha-usaha suatu negara dalam upaya untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan nasionalnya melalui dimensi dan diplomasi kebudayaan, termasuk di dalamnya adalah pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, non militer, sosial, kesenian dan kegiatan budaya lain-lainnya dalam

pencatutan antar bangsa dalam kehidupan masyarakat internasional (Warsito & Kartikasari, 2017).

Dalam hal ini pemerintah sebagai salah satu aktor dalam berdiplomasi harus mengupayakan kepentingan nasionalnya dengan memanfaatkan seluruh elemen–elemen kebudayaan yang dimiliki sebagai instrumen dalam praktek diplomasi. Menurut John Lenczowski diplomasi budaya dapat dilakukan melalui beberapa upaya atau kegiatan diantaranya (Lenczowski, 2017):

- a. Seni
- b. Eksibisi
- c. Pertukaran
- d. Program pendidikan
- e. *Literature*
- f. *Promotion of Ideas*
- g. *History*
- h. *Religious Diplomacy*
- i. *Gifts*
- j. *Language Teaching*
- k. *Broadcasting*
- l. *Listening and Acording Respect*
- m. *Promotions of Social Policy*

Diplomasi kebudayaan dilakukan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi bangsa lain lewat kebudayaan. Diplomasi kebudayaan juga menjadi salah satu sarana yang efektif untuk mencapai kepentingan bangsa, agar bangsa lain dapat memahami, mendapat informasi dan dapat dipengaruhi untuk kepentingan-kepentingan berbagai hal dari bangsa kita. Dengan dilakukannya diplomasi kebudayaan dapat meningkatkan apresiasi dan pemahaman untuk peningkatan citra positif, membangun saling pengertian dan memperbaiki citra bangsa. Kebudayaan cukup efektif sebagai media diplomasi, karena kebudayaan memiliki unsur-unsur universal dimana unsur-unsurnya terdapat dalam semua kebudayaan bangsa-bangsa di dunia. Selain itu juga kebudayaan bersifat komunikatif, yang mudah dipahami, bahkan oleh masyarakat yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Hal ini bisa dilihat dari bentuk program Rumah Budaya Indonesia dengan Korea Selatan dengan tujuan ekonomi dan pariwisata di dalamnya.

Metodologi Penelitian

Penulis menggunakan tipe penelitian Deskriptif yaitu metode yang menggambarkan bagaimana upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam bentuk Rumah Budaya Indonesia (RBI) yang merupakan ruang publik diplomasi budaya yang digagas oleh Kementerian Pendidikan di Korea Selatan, sebagai bagian dari diplomasi budaya Indonesia di luar negeri. Jenis data yang dipakai adalah jenis data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, internet dan jurnal maupun informasi dari media lain yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah metode telaah pustaka (*library research*) yaitu dengan cara pengumpulan data dengan menelaah sejumlah literatur baik dari berbagai buku, internet dan jurnal maupun informasi dari media lain yang masih relevan dengan masalah yang ingin diamati untuk dijadikan obyek penulisan. Sedangkan teknik analisa data dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif dengan menghubungkan data yang satu dengan data lainnya yang memiliki hubungan saling keterkaitan dengan permasalahan peneliti.

Hasil Penelitian

Hubungan diplomatik Indonesia dengan Korea Selatan merupakan gambaran sebuah hubungan kenegaraan yang harmonis dan intens dengan tujuan yang positif disetiap program

kerjasama yang dilakukan. Tepatnya sejak 18 September 1973, hubungan diplomatik Korea Selatan-Indonesia secara resmi telah terjalin. Hubungan bilateral ini semakin kuat dengan dibentuknya Kemitraan Strategis pada kunjungan Presiden Roh Moo Hyun ke Jakarta tanggal 4-6 Desember 2006. Pembentukan Kemitraan Strategis tersebut mencakup kerja sama di bidang politik, keamanan, ekonomi, perdagangan dan sosial budaya (idn.mofat.go.kr,2017).

Visi Misi Indonesia dalam Pembangunan Pariwisata

Untuk mempromosikan pariwisata Indonesia di dunia, Kemendikbud membuat sebuah program Rumah Budaya Indonesia. Visi dari dibentuknya Rumah Budaya Indonesia adalah menjadikan pariwisata sebagai *leading sector* dalam pembangunan, sedangkan misi dari Rumah Budaya Indonesia adalah pembangunan kebudayaan di luar negeri. Dari awal hanya 10 negara, sekarang sudah menjadi 19 negara yang diwakilkan oleh KBRI di setiap negara tersebut. Rumah Budaya Indonesia memiliki tiga fungsi. Fungsi pertama merupakan *Culture Learning*. Warga negara asing ataupun WNI yang berada di negara tersebut dapat belajar budaya Indonesia di RBI. Fungsi kedua yaitu *Culture Expression*, yang biasanya dilakukan dengan mengadakan festival kebudayaan Indonesia. Fungsi yang terakhir adalah sebagai *Advocacy and Promotion*. Atase Pendidikan dan Kebudayaan masing-masing Negara bertugas untuk membuat kegiatan budaya yang akan didukung oleh Direktorat Warisan Diplomasi dan Budaya, Pusat Pengembangan Strategi dan Diplomasi Kebahasaan (PPSDB), dan Pusat Pengembangan Film (kebudayaan.kemdikbud.go.id,2017).

Guna mencapai visi yang telah ditetapkan tersebut, Kemendikbud telah merealisasikan pembangunan RBI di 19 negara, diantaranya 17 negara yang terdapat Atase Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, yaitu Amerika Serikat, Australia, Korea Selatan, Belanda, Inggris, German, Prancis, Saudi Arabia, Mesir, Tiongkok, India, Jepang, Malaysia, Papua Nugini, Singapore, Thailand, Timor leste, Filipina, dan 2 negara lainnya adalah Myanmar dan Turki.

Dari total 19 negara yang disasar RBI, Jerman dan Korea Selatan merupakan dua RBI pertama, yang dibangun pada tahun 2009. Berbeda dengan RBI Jerman yang lebih menonjolkan alat musik tradisional Indonesia seperti Gamelan, Angklung, dan Arumba. RBI di Korea Selatan lebih menonjolkan keberagaman bentuk rumah serta pakaian adat Indonesia, seperti arsitektur Minangkabau (Rumah Gadang), Jawa (Joglo), Tanah Toraja (Tongkonan) dan Kalimantan (Rumah Betang). Konsep tersebut merupakan realisasi dari salah satu butir kesepakatan Sister National Park antara Taman Nasional Gunung Pangranga di Indonesia dan yumyeong Nasional Park di Korea Selatan.

Kemendikbud memprioritaskan target tujuan diplomasi budaya melalui pembentukan RBI, kerja sama internasional, pengiriman misi budaya, dan keikutsertaan delegasi RI ke Festival Europalia Indonesia. Program tersebut merupakan salah satu cara pemerintah untuk memperkuat citra Indonesia, menjalin jejaring budaya, tukar menukar informasi mengenai budaya dengan negara lain, dan branding mengenai potensi pariwisata Indonesia. Rumah Budaya Indonesia pada hakekatnya merupakan bagian dari perwujudan visi & misi Indonesia untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor utama dalam pembangunan nasional. Oleh karenanya Rumah Budaya Indonesia dibentuk sebagai wadah untuk memperkenalkan sumber daya budaya Indonesia kepada dunia. RBI juga berperan serta memiliki rangkaian strategi penting dalam mencapai peluang pembangunan pariwisata dan kebudayaan di Indonesia.

Upaya ini dilakukan dengan berangkat dari kesadaran akan potensi pariwisata Indonesia yang tergambar dari jumlah kunjungan wisatawan lokal yang mencapai 8 hingga 9 juta orang sampai pada tahun 2010 hingga 2017, yang ditambah dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang mencapai kurang lebih 15 juta orang sejak tahun 2010 hingga tahun 2017. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal ke Indonesia

dari tahun 2010 hingga 2016 meningkat sekitar 3,03% pertahunnya. Namun pada akhir Desember 2017 meningkat hingga 8% dibanding dengan jumlah kunjungan pada Desember 2016 (kemenpar.go.id,2017).

Sektor pariwisata Indonesia sendiri memiliki kontribusi yang tinggi bagi perekonomian Indonesia. Pariwisata adalah komoditas industri dunia dengan perkembangan yang semakin tinggi. Selain itu industri pariwisata dapat meraup banyak keuntungan ekonomi secara global dan dapat menyerap banyak tenaga kerja. Hal ini dibuktikan dengan data bahwa presentasi sektor pariwisata meningkat disetiap tahunnya dan mampu masuk kedalam 5 besar komoditas yang mampu berperan penting untuk perekonomian Indonesia.

Rumah Budaya Indonesia merupakan program jangka panjang untuk mendukung program pariwisata Indonesia untuk membuka dunia internasional. Sehingga besar harapan pemerintah Indonesia dengan adanya program Rumah Budaya Indonesia mampu meningkatkan pariwisata Indonesia. Dikarenakan antusiasme masyarakat modern yang begitu besar dengan dunia pariwisata, hal ini menjadikan kesempatan Indonesia membuka peluang terbuka lebar dengan ragam budaya yang dimiliki.

Kerjasama Budaya Indonesia – Korea Selatan

Setelah berhasil bangkit dari masa imperialisme Jepang, penderitaan perang Korea dan kemiskinan, Korea Selatan telah berhasil memulihkan kedaulatan negaranya selama beberapa dekade ini serta mencapai hasil pembangunan ekonomi dan demokrasi yang kuat. Dewasa ini, Korea Selatan berada dalam waktu yang tepat untuk dapat menjadi negara yang lebih bermartabat dan menempati posisi sejajar dengan negara-negara maju seiring dengan pembangunan ekonomi, demokrasi, dan industri teknologinya yang semakin meningkat. Oleh karena itu, Korea mengadopsi sikap yang lebih terbuka dalam mengimplementasikan kepentingan nasional dan pelaksanaan kebijakan luar negerinya karena keberlangsungan hidup dan masa depan suatu bangsa dipengaruhi oleh totalitas interaksinya dengan masyarakat internasional. Begitu pula dengan Indonesia, pasca Perang Dunia II Indonesia mencoba membangun kembali perekonomian serta infrastruktur sebagaimana negara-negara lain yang bertikai pada saat Perang Dunia II. Tidak mudah bagi Indonesia untuk dapat membangun hal tersebut dikarenakan trauma pasca perang oleh masyarakat Indonesia. Sehingga bantuan-bantuan dari negara lain yang berupaya untuk membangun hubungan diplomatik dengan Indonesia harus ditolak.

Munculnya *soft power* sebagai salah satu bentuk *power* selain *hard power* dalam kegiatan hubungan internasional membawa implikasi pada pelaksanaan diplomasi. *Soft power* menjadi *tool* utama diplomasi masa kini yang disebut *soft diplomacy*. Kecenderungan pelaksanaan *soft diplomacy* dengan menggunakan aplikasi *soft power* dianggap efektif dan efisien sehingga mudah untuk dilakukan tanpa harus menelan korban dan menghabiskan biaya besar. Seiring berubahnya paradigma aktor hubungan internasional, pelaksanaan *soft diplomacy* melibatkan berbagai kalangan aktor non-Pemerintahan. Oleh karena itu, *soft diplomacy* merupakan bentuk nyata dari penggunaan instrument selain tekanan politik, militer dan tekanan ekonomi yakni dengan mengedepankan unsur budaya dalam kegiatan diplomasi. Maka dari itu, platform politik luar negeri dilakukan melalui *soft diplomacy*.

Pemerintah Korea Selatan mengeluarkan kebijakan *New Asia Initiative* sebagai langkah membangun jaringan global dengan semakin memfokuskan kerjasama di kawasan Asia terutama dengan negara-negara ASEAN sebagai salah satu organisasi regional terbesar di Asia. Salah negara yang dituju oleh pemerintah Korea Selatan adalah Indonesia. Korea Selatan melihat pangsa pasar untuk negara di kawasan Asia Tenggara sangat besar. Terutama Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah masyarakat terbanyak di kawasan tersebut. Pada akhirnya hubungan diplomatik Indonesia dan Korea Selatan secara resmi ditanda tangani pada

tanggal 18 September 1973. Korea-Indonesia terus melakukan upaya perluasan kerjasama bilateral secara regional dan internasional serta menjanjikan untuk mempertahankan ikatan kerjasama yang erat dengan Indonesia (Ministry of Foreign Affairs and Trade, 2009).

Seiring berjalannya waktu, perkembangan hubungan diplomatik kedua negara yang didasari oleh ekonomi dan politik mencapai titik puncaknya. Pada tahun 2006 bulan Desember, hubungan kerjasama kedua negara tersebut disepakati dengan menandatangani *MoU "Joint Declaration on Strategic Partnership"* antar Indonesia dan Korea Selatan. Peningkatan hubungan mitra strategis tersebut ditandai dengan ditandatanganinya *Cultural Cooperation* dan diadakan pertemuan pembentukan *Joint Cultural Commission* di Yogyakarta pada tahun 2008. Dari hasil pertemuan tersebut disepakati pertukaran kebudayaan antar kedua negara seperti seni tari tradisional, kerajinan, film, musik hingga pariwisata. Kemudian Indonesia dan Korea Selatan bekerja sama menjadi *host 'Bali Democracy Forum'* pada tahun 2010 di Indonesia yang mana berkontribusi untuk memperkuat hubungan kerjasama dengan kedua negara sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan demokrasi di wilayah Asia Timur dan setuju untuk memperkuat kerja sama pada masalah *Korean Peninsula* (Ministry of Foreign Affairs and Trade, 2011).

Untuk mempererat hubungan diplomatik menggunakan *soft power*, pada tahun 2009 dibentuklah program bernama Rumah Budaya Indonesia sebagai wujud identitas Indonesia di dunia Internasional. Korea Selatan dan Jerman menjadi negara pertama dalam program yang diusung oleh Kemendikbud dan didukung oleh Kemenlu Indonesia. Sedangkan Korea Selatan melalui *Ministry of Foreign Affairs and Trade* (MOFAT) pada tahun 2011 dalam *Diplomatic White Paper* menjelaskan bahwa budaya merupakan inti dasar dan menjadi pilar dalam pelaksanaan diplomasi pemerintah Korea Selatan. *Diplomatic White Paper* sendiri adalah program Korea Selatan yang berfokus pada perkembangan ekonomi melalui diplomasi budaya. Sehingga pemberdayaan *soft power* dianggap penting. Keberhasilan perekonomian Korea dan penyerbarluasan budaya Korea melalui *Korean wave* dapat menjadi faktor pendorong peningkatan *soft power* yang dimiliki oleh Korea Selatan (Nye, 2010).

K-Pop telah menjadi produk utama *Korean wave*. *K-Pop* menjadi daya tarik utama dalam penyebaran *Korean wave* karena orang asing mudah memahami bahwa "K" dalam frase *K-Pop* berarti merepresentasikan Korea. Ini menunjukkan *K-Pop* jauh lebih berguna dalam publikasi Korea untuk meningkatkan nilai *brand* dari barang-barang yang diekspor oleh Korea Selatan. Hal tersebut didasarkan pada hasil survei yang telah dilakukan oleh *Korean Tourism Organization* (KTO).

Budaya adalah alat yang tepat bagi negara-negara di dunia dalam mengawali dan menjalin hubungan kerjasama. Setiap negara juga memiliki tujuan tersendiri dalam membentuk sebuah program kerjasama bilateral maupun multilateral. Seperti halnya Pemerintah Korea Selatan yang membentuk *Diplomatic White Paper* untuk mendukung kebudayaan *Korean Wave* di Indonesia. Sedangkan Indonesia membentuk Rumah Budaya Indonesia untuk meningkatkan pariwisata asing tidak hanya di Korea Selatan, tetapi di seluruh dunia. Dengan adanya program-program pendukung dalam penyebaran budaya untuk Indonesia dan Korea Selatan mampu meningkatkan pemahaman antar kedua negara menjadi lebih baik.

Program Rumah Budaya Indonesia di Korea Selatan

Kebijakan *soft diplomacy* yang diarahkan Pemerintahan saat ini berperan besar dalam meningkatkan citra nasional bangsa. Citra masyarakat Indonesia yang terbentuk terhadap Korea dan pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan para pembuat kebijakan politik luar negeri. Korea Selatan pun memiliki tujuan dibalik citra negaranya yang semakin positif yakni menyangkut perkembangan politik yang mendukung perubahan. Sebuah negara yang dulunya dibawah kekuasaan imperialisme kini berubah menjadi negara yang demokrat dan liberal. Dengan adanya pencitraan yang dibangun oleh Korea Selatan di Indonesia dapat menjadikan

hubungan bilateral kedua negara semakin erat sehingga dapat membantu meningkatkan berbagai sektor dari hubungan politik, ekonomi dan tentunya sosial-budaya.

Pembangunan citra Korea Selatan di Indonesia tentu memberikan pengaruh di bidang politik. Historikal hubungan politik Korea Selatan dan Indonesia tidak pernah mengalami konflik sehingga menjadikan hubungan perpolitikan kedua negara semakin erat. Dari segi pencitraan tersebut diharapkan ruang lingkup perpolitikan Korea Selatan semakin lebih kuat dalam upaya rekonsiliasi dengan Korea Utara. Indonesia yang memiliki politik luar negeri Bebas-Aktif dapat bersikap netral dalam melihat permasalahan semenanjung Korea. Korea Selatan dapat menjalankan proses rekonsiliasi dengan Korea Utara melalui bantuan Indonesia, apalagi Indonesia juga memiliki hubungan diplomatik yang baik dengan Korea Utara. Di era Pemerintahan Megawati, dilakukan pertemuan antara Pemerintah Korea-Indonesia untuk merundingkan masalah reunifikasi Korea. Korea Selatan pun mendapat kesempatan untuk mencari jalan keluar dari permasalahan antar-Korea karena Indonesia senantiasa mendukung upaya denuklirisasi dan perdamaian di Semenanjung Korea (Yoon,2004).

Rumah Budaya Indonesia merupakan wadah komunitas budaya yang diharapkan menjadi sarana komunikasi, informasi, kreasi, dan wadah dalam penyelenggaraan berbagai aktifitas budaya bagi seluruh pemerhati dan pecinta budaya Indonesia diseluruh dunia. Dari beberapa negara yang telah disasar RBI, Jerman dan Korea Selatan merupakan dua negara yang dipilih sebagai lokasi pembangunan RBI pertama, yang dibangun pada tahun 2009. RBI di Korea Selatan lebih menonjolkan keberagaman bentuk rumah serta pakaian adat Indonesia, seperti arsitektur Minangkabau (Rumah Gadang), Jawa (Joglo), Tanah Toraja (Tongkonan) dan Kalimantan (Rumah Betang). Konsep tersebut merupakan realisasi dari salah satu butir kesepakatan Sister National Park antara Taman Nasional Gunung Pangranga di Indonesia dan Yumyeong National Park di Korea Selatan (kemlu.go.id,2017).

Lebih lanjut mengenai pembangunan RBI di Korea Selatan, proyek ini merupakan bagian dari langkah strategis promosi budaya kedua negara, yang juga merupakan bentuk penguatan kerjasama budaya yang sebelumnya pernah ditandatangani dalam *The Joint Declaration On Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation In The 21st Century*, di Jakarta pada Desember 2006. Perjainjian ini memuat 3 (tiga) pilar kerja sama yaitu kerjasama politik dan keamanan, kerjasama ekonomi, serta kerjasama sosial budaya.

Hubungan politik Korea-Indonesia juga semakin ditingkatkan melalui kerjasama demokrasi. Korea Selatan dan Indonesia bekerjasama dalam mendorong demokrasi sebagai agenda strategis di Asia. Ke dua negara telah berhasil menjadi pemimpin bersama dalam *Bali Democracy Forum* tahun 2010 dan telah memberikan landasan yang kuat bagi kedua negara untuk mengelola momentum demokrasi di seluruh kawasan Asia. Korea Selatan adalah negara yang pertama kali mengambil peran aktif dalam mendorong kawasan Asia Timur untuk menuju suatu komunitas masyarakat Asia Timur. Dengan bekerja sama dengan Indonesia sebagai salah satu negara yang berperan penting di ASEAN, visi ini akan berfungsi sebagai jalan panduan untuk mencapai Asia Timur yang stabil dan makmur.

Capaian diplomasi suatu negara yang baik akan menempatkannya sebagai negara yang disegani dan memiliki peran penting dalam percaturan politik internasional. *Soft diplomacy* menjadi instrumen pelaksana kebijakan politik luar negeri yang berguna bagi Indonesia untuk memproyeksikan diri sebagai negara yang tidak konfrontatif karena mengedepankan *soft power*. Tata laksana dan efektifitas *soft diplomacy* tersebut dapat memberikan kesan yang positif dan diyakini memberi keuntungan dalam memediasi kerjasama bilateral serta dapat memberi pengaruhnya secara tidak langsung ke masyarakat. Berdasarkan pada salah satu tujuan utama dari penyebaran Program Rumah Budaya Indonesia untuk mempromosikan model pengembangan budaya sebagai patokan bagi negara-negara berkembang menjadikan hubungan bilateral Indonesia – Korea Selatan yang memanfaatkan jalur budaya untuk mempererat

kerjasama ekonomi, politik, sosial dan budaya kedua negara dimana Indonesia dapat belajar banyak dan mengadopsi model pengembangan perekonomian Korea Selatan. Setidaknya Indonesia mampu mengikuti Korea Selatan yang merupakan pemimpin global dalam pembangunan dan distribusi teknologi internet dan ponsel sehingga dapat mempermudah dalam upaya penyebaran budayanya sebagai bentuk *soft diplomacy*. Contohnya Penyebaran *K-Pop* yang didukung oleh kecanggihan alat komunikasi dengan memanfaatkan jaringan internet melalui postingan video promosi ke *Youtube* dan akun sosial lainnya seperti *twitter* dan *facebook* menjadi peluang untuk mempromosikan musik *K-Pop* dan memperkenalkan budaya Korea ke berbagai belahan dunia menjadi lebih mudah. Masyarakat Indonesia yang begitu banyak juga terkenal menjadi pengguna akun *SNS* terbesar, sehingga mereka akan lebih mengetahui perkembangan *K-Pop* melalui *internet*.

Bagi Indonesia, Korea Selatan merupakan mitra yang memiliki ketertarikan dan fokus terhadap perkembangan budaya Indonesia sendiri. Sebagai contoh Korea Selatan memiliki beberapa pusat kajian budaya Indonesia, yaitu *Indonesian Korea Culture and Study (IKCS)* yang merupakan lembaga pendidikan dan kebudayaan Indonesia dan Korea, yang berperan sebagai rujukan bagi masyarakat Korea Selatan yang ingin mengetahui dan mempelajari Indonesia. Selain *IKCS*, Korea Selatan juga memiliki pusat studi/kajian tentang Indonesia yang berada di *Hankuk University of Foreign Studies*. Hal ini secara sederhana menunjukkan bahwa minat warga Korea Selatan tentang berbagai informasi terkait Indonesia adalah cukup tinggi.

Budaya Indonesia selain perlu diperkenalkan kepada generasi mendatang di tanah air sebagai generasi penerus yang bertanggung jawab melestarikan kekayaan budaya Indonesia, warisan budaya ini juga perlu diperkenalkan kepada dunia internasional sebagai bagian dari upaya meningkatkan citra dan apresiasi budaya bangsa Indonesia di mata masyarakat internasional. Untuk itu, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menggagas sebuah konsep diplomasi budaya yang diberi nama Rumah Budaya Indonesia.

Rumah Budaya Indonesia adalah ruang publik untuk memperkenalkan kekayaan budaya bangsa Indonesia kepada dunia dalam rangka meningkatkan citra, apresiasi dan membangun ikatan (budaya) masyarakat internasional terhadap Indonesia. Banyak negara berusaha untuk mendapatkan legitimasi melalui jalan diplomasi kebudayaan. Maraknya isu pengklaiman budaya mengakibatkan pemerintah mengambil sikap untuk menyelamatkan kekayaan budaya Indonesia dengan mulai mempertahankan semua kekayaan budaya yang ada di Indonesia. Baik berbentuk seni, adat istiadat, maupun permainan tradisional. Hal ini sangat perlu dilakukan demi menghindari terjadinya pengklaiman oleh negara lain terhadap budaya Indonesia dikemudian hari. Pengklaiman banyak terjadi karena pemerintah kurang memperhatikan kekayaan budaya yang dimiliki, sehingga membuka peluang bagi negara lain untuk merebut kebudayaan Indonesia. Salah satu sarana yang dapat digunakan untuk mewujudkan diplomasi kebudayaan adalah melalui rumah budaya. Pentingnya diplomasi budaya yang menjadi instrumen dalam merekatkan hubungan internasional maupun antar negara, diharapkan Rumah Budaya menjadi rujukan masyarakat internasional yang ingin mengetahui dan mempelajari Indonesia.

Budaya merupakan alat yang sangat efisien dalam memperkenalkan bagaimana masyarakat internasional dapat mengenal identitas sebuah negara. Pemerintah Indonesia sadar, melalui penyebaran dan memperkenalkan budaya juga mampu meningkatkan perekonomian Indonesia dengan meningkatnya wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Strategi yang digunakan Indonesia di bidang Pariwisata melalui budaya juga mampu memberikan peluang untuk memperkenalkan Indonesia lebih luas lagi untuk masyarakat internasional. Setelah dibentuknya program Rumah Budaya Indonesia, pemerintah optimis dalam menghadapi tren budaya di zaman modernisasi dibutuhkan peranan masyarakat untuk menyebarkan hal positif tentang budaya

Rumah Budaya Indonesia diharapkan dapat menjalankan tiga peran penting bagi kebudayaan Indonesia yaitu sebagai wahana apresiasi dan presentasi kekayaan dan keragaman budaya Indonesia (culture expression/ presentation) kepada dunia internasional; sebagai pengenalan dan pembelajaran budaya (culture learning); serta bagian dari pengembangan citra dan peran dalam pembangunan kebudayaan serta peradaban dunia (culture empowerment toward global civilization). Di “Rumah Budaya Indonesia”, masyarakat lokal bisa belajar berbagai hal mengenai Indonesia seperti sejarah, bahasa dan tentu saja keragaman budaya Indonesia. Di tempat ini akan digelar pula berbagai pertunjukan seni dan pameran kesenian budaya Indonesia seperti pertunjukan tari tradisional, permainan musik tradisional, dan lain-lain (majalahasri.com,2017).

Program Pekan Promosi Budaya Indonesia

Pada saat pertama dibangunnya Rumah Budaya Indonesia di tahun 2009 di Korea Selatan, pemerintah Korea Selatan melakukan peresmian dengan melakukan Pekan Promosi Budaya Indonesia di *MIZY Center* kota Seoul. KBRI Seoul bekerja sama dengan *MIZY Seoul Youth Center for Cultural Exchanges*, lembaga di bawah *Korean National Commissions* untuk *UNESCO* dan dikoordinasikan oleh *Seoul Metropolitan Government*. Selama Pekan Promosi Budaya Indonesia tersebut, telah diselenggarakan serangkaian acara untuk mempromosikan Indonesia kepada masyarakat Korsel, yang terdiri dari pameran barang-barang kerajinan dan kesenian, pameran foto Indonesia, ceramah oleh Duta Besar RI Seoul pengenalan musik angklung dan Poco-poco, Diskusi Mahasiswa Indonesia dan Korea, dan demonstrasi membuat Pisang Goreng bersama masyarakat dan pelajar Korea.

Pengenalan musik Angklung dilakukan secara interaktif yang melibatkan para hadirin dan dipandu oleh salah satu instruktur Angklung dari Saung Angklung Udjo Bandung yang kebetulan sedang mengikuti program pertukaran pelajar di Korsel. Para peserta tampak sangat antusias memainkan beberapa lagu Indonesia, Eropa, dan juga Korea. Bahkan mereka pun mengutarakan kekagumannya karena angklung juga dapat digunakan untuk memainkan lagu-lagu tradisional Korea. Pada sesi pengenalan tarian Poco-poco, para peserta juga sangat gembira ketika mengetahui bahwa tarian tersebut juga dapat ditarikan dengan diiringi lagu-lagu pop Korea (kemlu.go.id,2017).

Promosi budaya yang ditujukan kepada masyarakat Korsel tersebut telah mencakup segala lapisan, mulai dari pelajar dan mahasiswa, serta orang tua murid yang ikut datang untuk mengantarkan putra-putrinya dan akhirnya ikut terlibat dalam kegiatan promosi itu sendiri. Ini merupakan awal dari program Rumah Budaya Indonesia dalam pengenalan budaya Indonesia di Korea Selatan. Program ini tidak berhenti disini saja, biasanya pemerintah Korea Selatan akan melakukan Pekan Budaya Indonesia selama satu minggu penuh setiap tahunnya bekerjasama dengan Kedutaan Besar Republik Indonesia.

Program Pertukaran Budaya Melalui Penyiaran

Selain mengenalkan kebudayaan negara yang bersangkutan, pertukaran budaya antar dua negara dalam konteks penyiaran dinilai dapat mendorong peningkatan secara ekonomi. Namun demikian, pertukaran budaya haruslah berlandaskan aspek keadilan dan kesesuaian etika yang berlaku dimasing-masing negara. Perkembangan media penyiaran sangat tinggi dan ini menjadi kesempatan yang besar untuk mengembangkan ke Korea Selatan melalui pertukaran budaya. Namun dari pihak Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia masih memilah program tv mana yang akan ditayangkan di Korea Selatan, karena hal ini harus tepat sasaran dalam penyiarnya. Berbeda dengan konten dari program tv Korea Selatan yang sudah merambah banyak di tv swasta di Indonesia (kpi.go.id,2017).

Program pertukaran ini sebenarnya sangat bermanfaat. Akan tetapi sangat sedikit yang bisa dilakukan oleh KPI. Program ini diselenggarakan ketika pada saat penyiaran film-film

Indonesia di Bioskop di Korea Selatan atau disaat event-event KBRI Seoul dalam memperkenalkan budaya Indonesia. Diharapkan partisipasi dari Kemendikbud dalam mengembangkan program pertukaran budaya melalui penyiaran lebih dimaksimalkan untuk memajukan Program utama mereka, yaitu Rumah Budaya Indonesia.

Program Rumah Budaya Indonesia & Rumah Budaya ASEAN

Seiring berkembangnya program Rumah Budaya Indonesia yang digagas oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, akhirnya pemerintah Korea Selatan juga membuka Rumah Budaya ASEAN pada 1 September 2017 di Busan. Hal ini dikarenakan mulai maraknya masyarakat Korea Selatan yang berminat dengan budaya-budaya di Asia. Rumah budaya ASEAN berkolaborasi dengan Rumah Budaya Indonesia dengan permintaan langsung oleh Menlu Korea Selatan (kumparan.com,2017).

Rumah Budaya ASEAN ini adalah yang pertama dibangun yang letaknya diluar negara Asia Tenggara. Pendirian Rumah Budaya tersebut merupakan inisiatif Pemerintah Korea Selatan untuk mendorong interaksi budaya ASEAN di Korea Selatan dan *people-to-people contacts*. Program ini didukung juga oleh Dinas Kebudayaan di beberapa kota di Indonesia untuk melengkapi koleksi kebudayaan di Rumah Budaya ASEAN. Beberapa Dinas Kebudayaan yang berkontribusi adalah Provinsi Bali, Provinsi Sumatera Utara, DKI Jakarta & Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu Kementertian Pariwisata dan Kementerian Dinas dan Kebudayaan juga turun andil dalam program ini.

Selain melengkapi koleksi Rumah Budaya ASEAN, program Rumah Budaya Indonesia juga menyelenggarakan *street festival* yang menampilkan atraksi reog, campur sari, dangdut, serta berbagai tarian tradisional dan tidak lepas juga makanan khas Indonesia. Berbagai rangkaian kegiatan tersebut digagas KBRI Seoul yang bekerjasama dengan Pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan Indonesia dengan tema "*Easy Acces Indonesia: Unlocking the Infinite Culture, Nature and Venture*". Dubes RI menjelaskan bahwa kegiatan ini merupakan potensi dan prospek sosio-ekonomi untuk Indonesia. Dengan adanya kegiatan tersebut mampu meningkatkan pariwisata Indonesia, khususnya wisatawan yang berasal dari Korea Selatan (www.kemlu.go.id,2017).

Kolaborasi Budaya dalam Program Korea-Indonesia Week

Korea-Indonesia Week sebagai wujud pelaksanaan diplomasi bilateral dan memperkuat hubungan kedua negara melalui perkenalan dan pertukaran budaya. Pemerintah Korea Selatan secara sadar melihat budaya *Korean wave* sangat digemari oleh masyarakat Indonesia sehingga salah satu kegiatan yang mengisi *Korea-Indonesia week* adalah dengan menampilkan para bintang *K-Pop* dan hasilnya selalu mendapat respon positif dari masyarakat dan memberikan kontribusi dalam penyebaran budaya Korea (Yeon, 2008).

Tidak hanya menampilkan para bintang artis Korea Selatan, *Korea-Indonesia Week* juga menyelenggarakan *The Beauty of Korean Embroidery Exhibition*. Acara eksibisi peragaan pakaian khas Korea Selatan yang dipadukan dengan batik sebagai bentuk dari *cultural exchange* kedua negara. Selain itu juga ada *Taste of Korea Food Festival*, dimana masyarakat dapat menikmati hidangan-hidangan khas Korea Selatan dengan cita rasa Indonesia (overseas.mofa.go.kr.2017). Tujuan dari diadakan *event* tersebut adalah memperkenalkan dan menyebarkan budaya setiap negara agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, hal ini menjadi dasar dalam meningkatkan persahabatan antara Indonesia dan Korea Selatan melalui pertukaran budaya dan sumber daya manusia.

Melihat hal ini menjadikan kesempatan untuk Indonesia dalam meningkatkan industri kreatif dan menciptakan lapangan pekerjaan serta mengembangkan perekonomian bagi para promotor-promotor lokal. Begitu pesatnya minat masyarakat Indonesia terhadap budaya modern Korea Selatan yang biasa disebut *K-Pop*, menjadi nilai tambah Korea Selatan dalam

mengembangkan industri *entertainment* mereka di jagat internasional. Dengan menyuguhkan budaya modern yang menampilkan ragam budaya populer Korea Selatan yang mencirikan karakter bangsa diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai Korea Selatan kepada masyarakat Indonesia yang berujung pada pembangunan citra sehingga hubungan bilateral kedua negara semakin erat.

Menurut Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Bidang Kebudayaan Wiendu Nuryanti, Rumah Budaya Indonesia merupakan salah satu program yang didasari keprihatinan khusus terhadap budaya Indonesia di luar negeri. Pemerintah berharap dengan adanya rumah budaya ini, banyak masyarakat mengenal budaya Indonesia dan hasilnya dapat mengembangkan wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Pasca dibentuknya program Rumah Budaya Indonesia di tahun 2009, setiap tahunnya ada peningkatan wisatawan asing di negara-negara yang memiliki program Rumah Budaya Indonesia.

Peran dari program Rumah Budaya Indonesia memberikan dampak yang sangat signifikan bagi pariwisata Indonesia. Salah satunya adalah jumlah wisatawan asing yang semakin meningkat setiap tahunnya. Beragam keunikan budaya yang dimiliki Indonesia adalah daya tarik bagi para wisatawan di seluruh mancanegara, terutama negara-negara yang telah terlibat dalam program Rumah Budaya Indonesia.

Selain itu, program Rumah Budaya Indonesia juga memberi dampak terhadap pembangunan ekonomi nasional. Meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia, memberikan devisa negara yang cukup signifikan. Program Rumah Budaya Indonesia memberikan *multipiler effect* dimana budaya Indonesia banyak dikenal masyarakat internasional dan menjadi sebuah *image* bagi Indonesia yang pada akhirnya wisatawan mancanegara datang untuk melihat langsung budaya Indonesia, sehingga pariwisata Indonesia berkembang dengan pesat. Tentunya hal ini memberikan dampak bagi perekonomian nasional dan pendapatan negara.

Peranan sektor pariwisata nasional semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Menurut Buku Saku Kementerian Pariwisata (2016), kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2014 telah mencapai 9 % atau sebesar Rp 946,09 triliun. Sementara devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2014 telah mencapai Rp 120 triliun dan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 11 juta orang. Melalui mekanisme tarikan dan dorongan terhadap sektor ekonomi lain yang terkait dengan sektor pariwisata, seperti hotel dan restoran, angkutan, industri kerajinan dan lain-lain. Melalui *multiplier effect* nya, pariwisata dapat dan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Itulah mengapa, percepatan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang lebih luas dapat dilakukan dengan mempromosikan pengembangan pariwisata.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan gambaran tentang Program Rumah Budaya Indonesia di Korea Selatan pada Tahun 2009-2017, diketahui bahwa kerjasama Indonesia – Korea Selatan melalui Program Rumah Budaya tersebut membawa dampak yang sangat positif bagi pemerintah Indonesia. Bisa dilihat dari presentasi wisatawan asing yang selalu meningkat setiap tahunnya dan tumbuh sebanyak 5% dari tahun 2009 - 2017. Walaupun banyak Negara menggunakan *soft diplomacy* di era globalisasi, hal ini tidak mempengaruhi hasil dari kerjasama bilateral Indonesia – Korea Selatan yang akan terus berlanjut dan terus berkembang.

Selain itu upaya kerjasama bilateral Indonesia – Korea Selatan di bidang budaya juga didukung oleh pemerintah Korea Selatan dengan dibentuknya pusat kajian budaya *Indonesian Korea Culture and Study (IKCS)* yang merupakan lembaga pendidikan dan kebudayaan

Indonesia dan Korea, yang berperan sebagai rujukan bagi masyarakat Korea Selatan yang ingin mengetahui dan mempelajari Indonesia. Dengan masuknya budaya Indonesia di Korea Selatan, budaya Indonesia mampu bertahan dan menarik minat masyarakat Korea Selatan. Program Rumah Budaya mampu mengupayakan program-program tersebut menjadi alat diplomatik bagi pariwisata Indonesia untuk meningkatkan ekonomi Indonesia walaupun banyak budaya asing lainnya yang juga bersaing di era globalisasi. Hal ini menjadi langkah optimis pemerintah Indonesia untuk mengawali visi misi jangka panjang melalui budaya dan pariwisata bagi masyarakat Internasional.

Daftar Pustaka

- Arndt, Richard T, “*The First Resort of King : American Cultural Diplomacy in Twentieth Century*”, Potomac Books, Inc., Washington. D.C
- ASEAB berkolaborasi Dengan Rumah Budaya Indonesia
<https://kumparan.com>
- Barston. 1997. “*The Heath Government*”, London ; New York : Longman
- Eksistensi dan Dinamika Pertunjukan Musik Tradisional
<https://majalahasri.co.id>
- Hubungan Diplomatik Indonesia - Korea Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia
<http://idn.mofat.go.k>
- Indonesia dan Korea Selatan Jalin Kerjasama Tukar Budaya Melalui Penyiaran
<http://kpi.go.id/index.php>
- John Lenczovvski, 2017, *Full Spectrum Diplomacy and Grand Strategy: Reforming The Structure and Culture of US Foreign Policy*, Lexington Books, United Kingdom.
- Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia
<http://www.kemenpar.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Lima Sektor
<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/02/06/133000826/bps.ini.lima.sektor.yang.catat.pertumbuhan.tertinggi.sepanjang.2016>.
- Nye, Jr. “*Public Diplomacy and Soft Power*” *The Annals of the American Academy of Political and Socia; Science*
- Pariwisata Peringkat Keempat Sebagai Penyumbang Devisa Terbesar
<https://indonesia-investment.com>
- Pengembangan rumah Budaya Indonesia
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id>
- Pengumuman Kedubes
<http://overseas.mofa.go.kr/id>
- Peresmian Rumah Tradisional Indonesia Di Cheongtae-san Recreation Forest,
<https://www.kemlu.go.id>
- Sung Sang-Yeon. 2008. *Why are Asians Attracted to Korean Pop Culture?. The Korea Herald (eds). Korean wave*. Seoul: Jimoondang. Hal. 16-17.
- Warsito, Tulus & Wahyuni Kartikasari, 2017, *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, Yogyakarta.
- Yoon K.J, “*Asian Intitute for Policy Studies*” 2004