

DIPLOMASI DIGITAL KOREA SELATAN MELALUI SALURAN YOUTUBE “KOREAZ”

Radiyah Mutmainnah¹

Abstract: *This research was written by Radiyah Mutmainnah and supervised by Dr. Sonny Sudiar, S.IP., M.A., under the title "South Korea's Digital Diplomacy through the YouTube Channel KOREAZ." This study aims to analyze the implementation of digital diplomacy carried out by South Korea through the "KOREAZ" YouTube channel, managed by the Ministry of Foreign Affairs of South Korea (MOFA). This research explains South Korea's efforts to strengthen its national image through public diplomacy by leveraging digital technology, particularly the YouTube social media platform. The background of this study is related to the increasing importance of utilizing digital platforms to expand global audiences and foster more effective two-way communication. The "KOREAZ" channel has become a key tool in conveying diplomatic messages to international audiences. The study employs an illustrative method by linking the phenomenon of digital diplomacy on the "KOREAZ" YouTube channel especially "KOREAZ LAB" series with relevant theories, such as the concepts of "upgrading" and "augmenting", as well as the principle of "visual simplicity" in digital communication proposed by Bjola and Manor (2024). Moreover, to access the extent to which South Korea's MOFA achieved its objectives, this study employs three digital diplomacy's benefit indicators by Manor (2016): Practice New Public Diplomacy, Selfie Diplomacy, and Overcomes Limitations of Traditional Diplomacy. The research findings indicate that South Korea's digital diplomacy has successfully replaced traditional communication methods, expanded the global audience, and created two-way communication with audiences through interactive features on YouTube.*

Keywords: *South Korea, Digital Diplomacy, YouTube, KOREAZ, KOREAZ LAB*

Pendahuluan

Korea merupakan wilayah yang terletak di kawasan Asia Timur dan terbagi menjadi dua negara, yaitu Korea Utara dan Korea Selatan. Negara ini memiliki kedekatan geografis dengan kekuatan besar seperti Tiongkok dan Rusia, serta dengan kepulauan Jepang. Setelah Perang Korea, Korea Selatan yang pada awalnya terisolasi dalam hubungan internasional, mulai menarik perhatian dunia meskipun dengan citra yang kurang menguntungkan sebagai negara yang terpuruk dan miskin. Namun, seiring waktu, Korea Selatan mengambil langkah strategis untuk membangun kembali citra nasional dan perekonomiannya (Cho, 2012; Perwita Sari, 2020). Salah satu upaya untuk memperbaiki citra ini adalah melalui diplomasi publik yang menjadi fokus utama kebijakan luar negeri negara tersebut sejak tahun 2007. Diplomasi publik Korea Selatan bertujuan untuk memperkuat daya saing nasional dengan meningkatkan citra positif di mata dunia (Rachmawati, 2019).

Di era global yang semakin terhubung, teknologi digital memainkan peran penting dalam diplomasi internasional. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam praktik diplomasi, termasuk dalam bentuk diplomasi digital. Diplomasi digital ini memanfaatkan teknologi untuk

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

berinteraksi dengan publik internasional dan membangun citra negara di dunia global, menggunakan media sosial dan platform digital sebagai alat utama (Bjola dan Holmes, 2015). Dalam konteks ini, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang mengimplementasikan diplomasi digital untuk memajukan citra dan kepentingan nasionalnya, salah satunya melalui saluran *YouTube* resmi Kementerian Luar Negeri (MOFA), yaitu “KOREAZ” terutama dalam *playlist* “KOREAZ Culture” terkhusus pada salah satu seri yaitu “KOREAZ LAB”.

Seiring dengan upaya diplomasi publik, Korea Selatan juga memiliki visi besar untuk menjadi *Global Pivotal State* (GPS). Visi ini mencerminkan komitmen Korea Selatan untuk memainkan peran penting dalam mempromosikan kebebasan, perdamaian, dan kesejahteraan global. Dalam upayanya, Korea Selatan berfokus pada tiga aspek utama: kebijakan strategis yang sejalan dengan kepentingan nasional, memperkuat posisinya sebagai pusat unggulan dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya, serta mengembangkan ekosistem diplomasi digital yang inovatif untuk meningkatkan interaksi global (MOFA Republic of Korea, 2024b). Hal ini tercermin dalam Rencana Induk Diplomasi Publik Korea Selatan tahun 2023 hingga 2027 yang memprioritaskan penggunaan teknologi digital untuk memperkuat diplomasi publik di tingkat global (MOFA Republic of Korea, 2022).

Melalui situs resmi MOFA Korea Selatan, saluran *YouTube* ini menjadi salah satu bentuk upaya Korea Selatan untuk melakukan diplomasi digital dengan memanfaatkan sosial media serta menargetkan masyarakat global. Hal ini selaras dengan visi misi diplomasi publik Korea Selatan yaitu memposisikan korea sebagai pusat ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya serta menghadirkan ekosistem diplomasi publik berdasarkan digital. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan membahas terkait bagaimana korea selatan menjalankan diplomasi digitalnya melalui saluran *YouTube* “KOREAZ”.

Kerangka Teori

Tulisan ini menggunakan konsep diplomasi digital milik Bjola dan Manor (2024) untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian dan indikator manfaat diplomasi digital milik Ilan Manor (2016) untuk meninjau sejauh mana inisiatif MOFA Korea Selatan mencapai tujuannya.

Konsep Diplomasi Digital

Diplomasi adalah pengelolaan hubungan internasional antara negara-negara di dunia yang melibatkan keterampilan dalam berunding atau bernegosiasi. Proses ini dilakukan oleh perwakilan pemerintah suatu negara, seperti duta besar atau diplomat (Alexandra dan Mujiono, 2019). Dalam perkembangannya, diplomasi tidak hanya berfokus pada isu keamanan (*hard power diplomacy*) tetapi juga meluas ke bidang ekonomi, kesejahteraan, lingkungan, dan berbagai isu global lainnya. Selain itu, aktor non-negara kini turut berperan dalam diplomasi, meskipun negara tetap menjadi aktor utama (Alexandra dan Mujiono, 2019).

Perubahan dalam isu-isu hubungan internasional telah mendorong pergeseran dari gaya diplomasi tradisional menuju diplomasi publik sebagai bagian dari *soft power diplomacy*. Diplomasi publik bertujuan untuk membangun citra positif suatu negara melalui komunikasi langsung dengan publik internasional (Bjola dan Holmes, 2015). Diplomasi publik ini menjadi semakin relevan dengan perkembangan teknologi digital, yang memungkinkan komunikasi lebih luas dan efektif.

Diplomasi digital merupakan adaptasi dari diplomasi publik dalam era teknologi informasi, di mana media sosial dan platform digital digunakan sebagai alat utama untuk menyampaikan kebijakan luar negeri, membangun citra negara, serta meningkatkan keterlibatan dengan publik global (Bjola dan Holmes, 2015). Menurut Bjola dan Manor (2024), diplomasi digital mencakup tiga proses utama:

- a. *Upgrading* (Peningkatan): Integrasi teknologi digital ke dalam diplomasi tradisional, seperti penggunaan media sosial oleh diplomat untuk komunikasi resmi.
- b. *Augmenting* (Penambahan): Ekspansi diplomasi ke ranah baru atau tempat yang sulit dijangkau.
- c. *Rewiring* (Penataan Ulang): Transformasi fundamental dalam cara diplomasi dijalankan, termasuk diplomasi hibrida yang menggabungkan interaksi daring dan luring.

Selain itu, terdapat empat aturan dalam komunikasi digital (*Digital Grammar Rules*) yang memengaruhi efektivitas diplomasi digital (Bjola dan Manor, 2024):

- a. *Visual Simplicity*: Penyajian informasi secara sederhana dan menarik agar lebih mudah dipahami.
- b. *Emotional Framing*: Penyampaian pesan dengan muatan emosional untuk meningkatkan keterlibatan audiens.
- c. *Computational Personalization*: Pemanfaatan algoritma untuk menyesuaikan komunikasi diplomasi dengan target audiens.
- d. *Engagement Hybridization*: Kombinasi pertemuan fisik dan virtual dalam praktik diplomasi.

Dalam konteks diplomasi digital, Ilan Manor (2016) menyoroti berbagai manfaatnya, termasuk:

- a. Pelaksanaan Diplomasi Publik Baru yaitu implementasi diplomasi publik yang lebih interaktif.
- b. Penggunaan media sosial untuk *engagement* dan *listening*.
- c. Nation Branding melalui diplomasi digital (*Selfie Diplomacy*).
- d. Pelaksanaan sesi tanya-jawab daring untuk meningkatkan transparansi.
- e. Pembuatan narasi nasional yang dapat dikontrol melalui media sosial (*Frame the Nation*).
- f. Melampaui batasan-batasan diplomasi tradisional.
- g. Pendekatan kolaboratif dan berbasis jaringan dalam diplomasi.
- h. Bantuan konsuler yang lebih cepat dan efisien melalui platform digital.

Dengan demikian, diplomasi digital bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga mengenai perubahan mendasar dalam cara negara-negara berinteraksi dan membangun hubungan internasional. Pemanfaatan media sosial dan platform digital telah mengubah cara negara-negara menyampaikan kebijakan luar negeri, berkomunikasi dengan publik global, serta merespons isu-isu internasional secara lebih efektif dan fleksibel (Manor, 2016).

Penelitian ini menggunakan dua indikator utama dalam proses diplomasi digital, yaitu *Upgrading* dan *Augmenting* serta penelitian ini juga akan mengkaji salah satu aturan komunikasi digital yang berperan dalam pengoperasian diplomasi digital, yaitu *Visual Simplicity* yang dianggap paling relevan dan signifikan dalam konteks studi ini. Untuk meninjau diplomasi digital Korea Selatan dalam saluran YouTube “KOREAZ” terutama seri “KOREAZ LAB”, penulis akan mengadopsi tiga indikator manfaat diplomasi digital dari Ilan Manor, yaitu Pelaksanaan Diplomasi Publik Baru, *Selfie*

Diplomacy, dan melampaui batasan-batasan tradisional yang merupakan indikator yang paling relevan untuk membahas tinjauan atau sejauh mana “KOREAZ LAB” mencapai tujuannya.

Metode

Penelitian ini bersifat eksplanatif dan bertujuan untuk menggali peran saluran *YouTube* “KOREAZ” dalam diplomasi digital Korea Selatan. Dengan menggunakan teori diplomasi digital dari Bjola dan Manor, penelitian ini menjelaskan bagaimana diplomasi digital diterapkan melalui seri “KOREAZ LAB” yang membahas budaya Korea dengan format eksperimen sederhana dan menarik. Data yang digunakan bersifat sekunder, diperoleh dari literatur, dokumen pemerintah, serta sumber resmi seperti situs dan saluran *YouTube* MOFA Korea Selatan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur yang mencakup sejarah, perkembangan teknologi, serta transformasi diplomasi Korea Selatan. Analisis data menggunakan metode ilustratif, di mana teori digunakan untuk memahami dan mengaitkan fenomena yang diamati. Proses analisis meliputi reduksi data, penyaringan informasi, dan pengelompokan data untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Kementerian Luar Negeri Korea Selatan

Pengelolaan kebijakan luar negeri merupakan elemen penting dalam pemerintahan suatu negara. Di Korea Selatan, kebijakan ini diatur oleh Kementerian Luar Negeri (MOFA), yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Organisasi Pemerintahan pada 17 Juli 1948. MOFA bertanggung jawab atas politik luar negeri, kebijakan ekonomi internasional, perlindungan warga negara di luar negeri, serta hubungan masyarakat global. Selain itu, kementerian ini juga menyusun dan melaksanakan kebijakan terkait diplomasi, ekonomi, perjanjian internasional, kerja sama budaya, dan analisis isu-isu global (MOFA *Republic of Korea*, 2024).

Korea Selatan telah lama memanfaatkan budaya sebagai alat diplomasi strategis, tidak hanya sebagai identitas nasional tetapi juga sebagai kekuatan ekonomi. MOFA berperan dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan di luar negeri melalui atase budaya di kedutaan besar serta program-program yang diselenggarakan oleh *Cultural Diplomacy Bureau* (Rachmawati, 2019). Berdasarkan *Public Diplomacy Act*, MOFA menyusun Rencana Induk Diplomasi Publik setiap lima tahun dengan konsultasi berbagai pihak, termasuk kepala lembaga administratif pusat, walikota, dan gubernur provinsi. Selain itu, setiap tahun MOFA merumuskan dan melaksanakan Rencana Aksi Komprehensif Tahunan untuk memberikan panduan bagi 19 lembaga pemerintah pusat dan 17 pemerintah daerah dalam pelaksanaan proyek diplomasi publik sesuai dengan rencana lima tahun tersebut (MOFA *Republic of Korea*, 2024).

MOFA Korea Selatan juga mengembangkan diplomasi publik digital dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan media sosial melalui platform “KOREAZ” untuk menjangkau audiens global. Akun media sosial MOFA, seperti X (*Twitter*), *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*, memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi serta mempromosikan budaya Korea Selatan. *YouTube*, dengan jumlah pengguna global yang besar, menjadi alat diplomasi yang efektif karena memungkinkan penyampaian konten yang lebih mendalam dan interaktif. Fitur-fitur *YouTube*, seperti pencarian, rekomendasi, analitik, dan interaksi langsung, membantu MOFA dalam memperluas jangkauan dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens global,

menjadikan platform ini sebagai sarana utama dalam strategi diplomasi digital Korea Selatan. (Ismi, 2024; Miller, 2009; Moore et al., 2015; Gank Content Team, 2023)

Saluran YouTube MOFA Korea Selatan

Saluran YouTube "KOREAZ" milik MOFA Korea Selatan dibentuk pada 2013 dan telah mencapai lebih dari 42 juta penayangan (Social Blade, 2023). Awalnya, unggahan videonya tidak teratur, tetapi sejak 2023, Korea Selatan lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk diplomasi dengan konten yang terstruktur dan terklasifikasi dalam berbagai playlist.

Playlist utama KOREAZ:

- a. *KOREAZ Focus TALK*: Membahas isu global terkait kebijakan Korea Selatan, seperti perannya di PBB, hak asasi manusia di Korea Utara, diplomasi teknologi, serta pengalaman individu dalam program working holiday.
- b. *KOREAZ Focus EXPLAIN*: Mengupas pencapaian diplomasi Korea Selatan, termasuk KTT Korea-Afrika 2024, hubungan diplomatik dengan Kuba, peran ASEAN, serta kisah sukses ekonomi Korea Selatan.
- c. *KOREAZ Get Closer*: Program travel bersama anggota CRAVITY yang mengeksplorasi budaya Korea, dari kuliner hingga seni bela diri.
- d. *KOREAZ Supporters*: Melibatkan pengguna media sosial dalam penyebaran budaya Korea dan diplomasi digital.
- e. *KOREAZ Moment*: Berisi informasi wisata dan budaya Korea, termasuk destinasi "healing space" serta kuliner tradisional.
- f. *KOREAZ EVENT*: Menampilkan acara budaya dan kolaborasi internasional, seperti perayaan Tahun Pertukaran Korea-Rusia dan event lingkungan.
- g. *Campaign Concert*: Kampanye melalui konser musik, seperti "Live Together Online Concert" yang mempromosikan solidaritas dan keberagaman.
- h. *KOREAZ Campaign*: Kampanye sosial, seperti #ENDviolence Concert untuk perlindungan anak serta "Plant Our Planet" untuk reforestasi global.
- i. *KOREAZ Weekly*: Laporan mingguan mengenai kegiatan MOFA di luar negeri.
- j. *MOFA News*: Berita mengenai kegiatan diplomasi publik yang dilakukan oleh MOFA.
- k. *KOREAZ Focus*: Diskusi dengan intelektual global mengenai isu pasca-COVID-19, perubahan iklim, dan hubungan internasional.
- l. *KOREAZ SPECIAL*: Konten khusus yang mengangkat tema global seperti aksi iklim, bantuan pembangunan, serta peristiwa diplomatik bersejarah.
- m. *KOREAZ Culture*: Pembahasan berbagai aspek budaya Korea Selatan termasuk destinasi wisata dan kuliner yang terbagi dalam beberapa seri, salah satunya adalah "KOREAZ LAB"

KOREAZ menjadi platform penting dalam diplomasi publik Korea Selatan, menggabungkan edukasi, budaya, dan kampanye global dalam format menarik dan mudah diakses (MOFA Republic of Korea, 2024).

Diplomasi Digital dalam Saluran YouTube "KOREAZ"

Pada tahun 2023, MOFA Korea Selatan mulai menerapkan Rencana Induk Diplomasi Publik ke-2 dengan fokus pada peningkatan aktivitas digital, khususnya melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan oleh MOFA Korea Selatan adalah saluran YouTube "KOREAZ". Salah satu program unggulan dari saluran YouTube "KOREAZ" adalah seri "KOREAZ LAB" dalam playlist *KOREAZ Culture*,

yang berisi 9 episode dengan tayangan pertama pada 19 Mei 2023 dan berakhir pada 25 Januari 2024. Dipandu oleh Lee Dae Hwi dan Kim Miso, seri ini memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui eksperimen serta perbandingan dengan budaya dari negara lain. Setiap episode dilengkapi dengan terjemahan bahasa Inggris untuk menjangkau audiens global, menjadikannya populer berdasarkan jumlah *viewers*, *like*, dan komentar.

Tabel 1. Jumlah Viewers, Like, dan Komen dalam Seri “KOREAZ LAB”

Tanggal	Judul	Viewers	Like	Komen
19 Mei 2023	<i>What goes best with Yakgwa? KOREAZ LAB ep. 01</i>	110.668	Lebih dari 1.800	589
6 Juni 2023	<i>Make a Pizza with Pajeon Ingredients?! KOREAZ LAB ep. 02</i>	96.819	Lebih dari 1.800	159
5 Juli 2023	<i>Oriental Paintings Using Western Paint? KOREAZ LAB Ep. 03</i>	91.958	866	76
14 Agustus 2023	<i>How would Pansori with hip-hop beats sound like? KOREAZ LAB Ep. 04</i>	255.225	881	77
27 September 2023	<i>Different folk games of different countries KOREAZ LAB ep. 05</i>	150.883	Lebih dari 1.000	109
26 Oktober 2023	<i>1st-generation K-Culture, Nanta, meets world music! KOREAZ LAB ep. 06</i>	122.426	335	58
20 November 2023	<i>Dancing Talchum to K-POP? KOREAZ LAB Ep.07</i>	275.990	Lebih dari 1.500	51
22 Desember 2023	<i>How would black tea brewed in the Korean traditional Darye style taste? KOREAZ LAB Ep.08</i>	5.265	412	52
25 Januari 2024	<i>Traditional meets contemporary! What does fusion hanbok look like? KOREAZ LAB Ep.09</i>	9.001	344	59

Sumber: Penulis

Seri “KOREAZ LAB” memainkan peran penting dalam diplomasi digital MOFA Korea Selatan dengan menerapkan dua pendekatan utama menurut Bjola dan Manor:

a. *Upgrading*

MOFA Korea Selatan memanfaatkan *YouTube* untuk menyebarkan informasi budaya Korea secara lebih efektif dibandingkan metode tradisional. MOFA Korea Selatan memiliki studio internal dan bekerja sama dengan perusahaan eksternal untuk produksi konten (Scott, 2024). Dengan

menggunakan media sosial *YouTube*, Korea Selatan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas diplomasi publik dibandingkan dengan metode konvensional seperti seminar fisik atau siaran televisi. Melalui video-video yang ditampilkan dalam seri “KOREAZ LAB”, MOFA dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif, memudahkan audiens untuk mengakses informasi sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

b. *Augmenting*

MOFA Korea Selatan memperluas jangkauan diplomasi ke audiens internasional, terutama generasi muda, dengan menggabungkan elemen budaya tradisional dan modern. Interaksi global terlihat dari berbagai komentar penonton dalam berbagai bahasa dalam video-video seri “KOREAZ LAB” seperti:

Pada komentar video paling populer berdasarkan banyaknya komentar dalam seri KOREAZ Lab, "What Goes Best with Yakgwa? | KOREAZ Lab ep. 01" akun @mikirairai899 menulis:

“イ・デフィ君が紹介する韓国デザートとても良さそうです。食べてみたい [Makanan penutup Korea yang diperkenalkan Lee Dae Hwi terlihat sangat enak. Saya ingin memakannya]” (mikirairai899, 2023)

Dalam video lainnya, pada episode 5, “Different folk games of different countries” akun @armandventures menulis:

“it’s so suprising to know that different countries has kind of similar folk games. Jegi-chagi is called sipa in the Philipphines (smile emoticon) [Sungguh mengejutkan mengetahui bahwa negara-negara yang berbeda memiliki permainan tradisional yang mirip. Jegi-chagi disebut sipa di Filipina (simbol senyum)]” (armandventures, 2023)

Selain dua proses diplomasi digital di atas, MOFA Korea Selatan juga menerapkan prinsip *Visual Simplicity* dalam diplomasi digitalnya, menyajikan video dengan visual yang bersih, desain minimalis, dan teks informatif agar mudah dipahami. Dibandingkan dengan MOFA Jepang yang lebih formal dan kurang menyediakan terjemahan bahasa asing, pendekatan “KOREAZ” lebih santai dan mudah dipahami bagi audiens global. Dalam dunia digital yang penuh dengan informasi dan konten yang bersaing, “KOREAZ” memanfaatkan desain visual yang sederhana, namun tetap menarik dan informatif, untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh audiens internasional.

Setelah meninjau saluran “KOREAZ” khususnya seri “KOREAZ LAB”, MOFA Korea Selatan telah berhasil menerapkan diplomasi digital melalui saluran *YouTube* “KOREAZ” dengan mengadopsi konsep Pelaksanaan Diplomasi Publik Baru yang menekankan komunikasi dua arah dan keterlibatan langsung dengan masyarakat global. Media sosial memungkinkan transisi dari paradigma "siaran" menjadi pendekatan "komunikatif", di mana pemerintah dapat berinteraksi dengan audiens melalui fitur *YouTube* terutama komentar. Interaksi ini tercermin dalam seri “KOREAZ LAB”, di mana komentar penonton menunjukkan antusiasme terhadap budaya Korea serta memberikan masukan yang kemudian direspons langsung oleh admin saluran. Respons

aktif ini memperlihatkan keterlibatan langsung pemerintah dengan publik, memperkuat transparansi, serta membangun hubungan erat antara Korea Selatan dan masyarakat internasional.

Dengan pendekatan ini, Korea Selatan telah menggeser fokus diplomasi dari komunikasi yang hanya melibatkan elit menjadi lebih inklusif, berorientasi pada masyarakat sipil. Fitur interaktif *YouTube* memungkinkan pemerintah memantau opini publik dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka sesuai kebutuhan audiens global. Keberhasilan “KOREAZ” dalam menciptakan ruang dialog dan keterlibatan publik menegaskan bahwa Korea Selatan telah mengimplementasikan diplomasi publik baru yang lebih transparan, responsif, dan partisipatif dalam mendukung tujuan diplomasi digitalnya.

“KOREAZ LAB” juga melakukan *nation branding* dengan diplomasi digital (*Selfie Diplomacy*) dalam setiap episodenya. Setiap episode dirancang untuk membangun citra positif tentang Korea Selatan. Dengan mengaitkan makanan, inovasi, dan budaya dengan kualitas dan keunikan yang khas, “KOREAZ LAB” berkontribusi pada penciptaan citra positif negara tersebut di mata audiens internasional. Narasi ini bisa mencakup aspek-aspek seperti kehangatan budaya, kecanggihan teknologi, dan keragaman kuliner, yang semuanya mendukung *brand image* Korea Selatan sebagai negara yang dinamis dan menarik.

Menurut Ilan Manor, diplomasi digital harus melampaui pendekatan tradisional dengan membangun kehadiran virtual yang menggantikan kedutaan fisik, menjangkau audiens di negara-negara yang mungkin menjadi lawan, serta memperkuat *soft power* dan citra negara. Saluran *YouTube* “KOREAZ” berperan sebagai kehadiran virtual Korea Selatan, memungkinkan negara ini menyebarluaskan budaya dan inovasinya secara global tanpa memerlukan kedutaan di setiap negara. Dengan platform ini, MOFA Korea Selatan dapat menyampaikan nilai-nilai nasional melalui konten yang mudah diakses oleh publik internasional, memenuhi prinsip diplomasi digital yang efektif.

Selain menjangkau audiens global, “KOREAZ” juga berfungsi sebagai sarana diplomasi di negara-negara dengan hubungan diplomatik yang kompleks. Melalui konten menarik seperti budaya, makanan, dan seni, saluran ini membuka dialog positif yang membangun pemahaman lintas negara. Seri “KOREAZ LAB” menjadi contoh penerapan *soft power*, di mana pengenalan budaya dan inovasi Korea Selatan meningkatkan daya tarik global serta memperkuat citra negara sebagai pusat kreativitas dan inovasi. Dengan demikian, Korea Selatan berhasil memanfaatkan diplomasi digital untuk memperluas pengaruhnya secara global, sejalan dengan konsep diplomasi digital yang diusung Ilan Manor.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, diplomasi digital memainkan peran penting dalam strategi diplomasi publik Korea Selatan, khususnya melalui saluran *YouTube* “KOREAZ” dan seri “KOREAZ LAB”. Dengan menerapkan proses diplomasi digital *Bjola* dan Manor *upgrading* dan *augmenting*, MOFA Korea Selatan berhasil menggantikan metode komunikasi tradisional dengan media digital serta menjangkau audiens internasional yang lebih luas. Penggunaan prinsip *visual simplicity* dalam setiap episode juga berkontribusi pada efektivitas penyampaian pesan budaya Korea Selatan secara global. Tinjauan keberhasilan saluran *YouTube* “KOREAZ” menggunakan tiga indikator diplomasi digital menurut Ilan Manor yaitu pelaksanaan diplomasi publik

baru, *selfie diplomacy*, dan melampaui batasan-batasan tradisional menunjukkan bahwa MOFA Korea Selatan telah berhasil membangun komunikasi dua arah, memperkuat citra positif, dan melampaui batasan diplomasi tradisional. Interaksi melalui fitur *YouTube* memungkinkan keterlibatan aktif audiens internasional, memperkuat hubungan dengan masyarakat global, dan meningkatkan pengaruh Korea Selatan di ranah diplomasi digital. Dengan demikian, saluran *YouTube* "KOREAZ" menjadi contoh keberhasilan penerapan diplomasi digital dalam memperluas jangkauan dan memperkenalkan budaya Korea secara luas.

Daftar Pustaka

- Alexandra, F., & Mujiono, D. I. K. (2019). Pengantar Diplomasi; sejarah, Teori dan studi kasus. In *Universitas Mulawarman*.
- armandventures. (2023). *Komentar pada Video YouTube KOREAZ [Different folk games of different countries Episode 05]*. <https://youtube.com/watch?v=7EVaci019KM&lc=Ugwwq5S1seUKUuuOI314AaABAg&feature=shared>
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). Digital Diplomacy: Theory and Practice. In *Digital Diplomacy: Theory and Practice*.
- Bjola, C., & Manor, I. (2024). *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy* (first edit). Oxford University Press.
- Cho, Y. Y. (2012). Public Diplomacy and South Korea's Strategies. *The Korean Journal of International Studies*, 10(2), 275–296. <https://doi.org/10.14731/kjis.2012.12.10.2.275>
- Ismi, A. (2024). *Rekomendasi Fitur Youtube untuk Interaksi dan Monetisasi*. Upgraded.Id. <https://upgraded.id/rekomendasi-fitur-youtube-untuk-interaksi>
- Manor, I. (2016). Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? In *Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy?* Koninklijke Brill nv. https://doi.org/10.1163/9789004319790_002
- mikimirai899. (2023). *Komentar pada Video YouTube KOREAZ [What Goes Best with Yakgwa? | KOREAZ Lab ep. 01]*. <https://youtube.com/watch?v=3epeW55JcUc&lc=UgxVPWdmWYiIfiGOnGh4AaABAg&feature=shared>
- Miller, M. R. (2009). *Sams Teach Yourself YouTube™ in 10 Minutes*. Pearson Education, Inc.
- MOFA Republic of Korea. (2022). 제2차 공공외교 기본계획 (2023-2027).
- MOFA Republic of Korea. (2024a). *Akun YouTube KOREAZ*. <https://www.youtube.com/@mofakoreaz>
- MOFA Republic of Korea. (2024b). *Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea*. Mofa.Go.Kr. https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_25702/contents.do
- Moore, R. C. and T., with John Carucci, S. M., & Wescott, and A. (2015). *YouTube Channels For Dummies by Rob Ciampa, Theresa Moore, John Carucci, Stan Muller, Adam Wescott*.
- Perwita Sari, L. (2020). Analisis Korean Wave Sebagai Bentuk Soft Diplomacy Yang Efektif Di Bidang Kebudayaan. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 3 No.02.
- Rachmawati, I. (2019). *Diplomasi Publik: Meretas Jalan Bagi Harmoni dalam*

- Hubungan Antarnegara Edisi 2* (2nd ed.). Suluh Media.
- Scott, D. M. (2024). KOREAZ YouTube Channel Delivers Digital Public Diplomacy as Entertainment. *The New Rules of Marketing*.
https://www.linkedin.com/posts/davidmeermanscott_youtubechannel-koreanculture-korea-ugcPost-7150543354412371968-ncKL?utm_source=social_share_sheet&utm_medium=member_desktop_web
- Social Blade. (2023). *YOUTUBE STATS SUMMARY / USER STATISTICS FOR KOREAZ*. Socialblade.Com.
<https://socialblade.com/youtube/c/mofakoreaz/monthly>
- Team, G. C. (2023). *YouTube adalah: Sejarah, Fitur, Kelebihan YouTube*. Ganknow.Com. <https://ganknow.com/blog/youtube-adalah/>