

Peran Korean Wave sebagai Soft Diplomacy di Jepang Periode 2012- 2015

Lulu Firdausi¹

Bambang Pujiyono²

Abstract

This study aims to explain the role of Korean Wave used in South Korea as soft diplomacy in Japan on the period 2012-2015. In analyzing this research, author used Soft diplomacy theory. This type of research is qualitative research. The results of this study indicate that the use of Korean Wave as soft diplomacy by South Korea in Japan change the negative sentiment of Japanese toward South Korean citizen, the influx of Korean Wave in the scope of the creative industries of Japan as a benchmark for successful use of the Korean Wave, in this case the field of cinema and music because the Japanese creative industry itself is a big industry, and increase the cultural exchange cooperation of both countries.

Keywords: *creative industry, korean wave, popular culture, soft diplomacy*

Pendahuluan

Hubungan Korea Selatan dengan Jepang tidak luput dari sejarah yang dimiliki antara kedua negara tersebut. Dimana Jepang pernah menjajah dan menduduki Korea Selatan selama 35 tahun, dimulai dari 1910 hingga 1945 (Sheen, 2003) yang kemudian dengan adanya sejarah tersebut Korea menyimpan sentiment negatif terhadap Jepang, begitu juga sebaliknya. Jepang memandang Korea Selatan tidak dapat sejajar atau dibawah Jepang. Hal ini juga mempengaruhi hubungan serta kerjasama antara kedua negara tersebut (Kono, 2011: 42). Sentimen-sentimen negatif yang dibentuk masing- masing negara seperti anti-Japanese dan anti-Korean. Sentimen anti-Jepang di Korea didasari oleh Sengketa Pulau Dokdo (Warta News, 2014). Selain isu tersebut, sentimen negatif Korea Selatan juga terbentuk karena keinginan membalaskan dendam atas invasi yang dilakukan Jepang selama 35 tahun tersebut yang kemudian Korea Selatan mencoba untuk menyebarkan pengaruhnya melalui Korean Wave di Jepang.

Saat ini industri kreatif Korea Selatan memasuki tahap dimana penggunaannya dijadikan sebagai sarana dalam memperkenalkan budayanya kepada seluruh dunia. Korea Selatan sendiri termasuk negara yang menggunakan industri kreatifnya dalam

¹ Lulu Firdausi adalah mahasiswa Universitas Budi Luhur, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Hubungan Internasional. Email penulis: firdausi.lulu@gmail.com

² Bambang Pujiyono adalah Dosen tetap Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Budi Luhur.

menyebarkan budaya yang mereka miliki, yaitu Korean Wave. Budaya populer Korea Selatan seperti film, drama televisi, dan musik pop merupakan yang paling dominan dan populer. Mereka tidak hanya menjadi sebuah fanaticalness saja, tetapi juga menjadi sebuah penguatan soft diplomacy (Huang, 2009). Globalisasi tentu saja didukung dengan kemajuan teknologi yang ada, dengan adanya globalisasi dan kemajuan teknologi penyebaran Korean Wave di luar negeri jauh lebih mudah dan efektif. Globalisasi, teknologi dan media social sangat berpengaruh dalam perkembangan industri kreatif Korea Selatan, dengan adanya social media masyarakat luar Korea dengan sangat mudah mengakses budaya Korea Selatan tersebut (Yong Ji, 2014). Seperti YouTube, Twitter, V-App, Instagram, dan lainnya.

Dewasa ini, Korea Selatan telah berkembang menjadi salah satu negara paling makmur di Asia yang ditandai dengan perekonomian Korea Selatan kini terbesar ketiga di Asia dan ke-13 di dunia (BBC, 2017). Korean Wave sendiri termasuk dalam industri kreatif yang dimiliki Korea Selatan. Melalui Korean Wave, saat ini Korea Selatan menjadi pusat kekuatan ekspor budaya maupun budaya pop di Asia, serta sebagai salah satu sektor yang menyumbang pendapatan perekonomian Korea Selatan adalah kebudayaan yang mengglobal yang sering disebut Korean Wave (BBC, 2018). Korean Wave mengacu pada popularitas budaya pop yang dimiliki Korea Selatan yang tersebar di luar negeri, khususnya negara-negara Asia. Korean Wave berkisar dari film, drama televisi, musik pop (K-pop) dan Commercial Film (CF) atau iklan. Perkembangan yang sangat pesat dialami oleh industri budaya Korea Selatan melalui produk tayangan drama televisi, film, dan musik sehingga menjadikannya suatu fenomena yang menarik untuk diimplementasikan sebagai sebuah bagian dalam penguatan soft diplomacy yang mampu membangun nama baik, perekonomian serta industri kreatif Korea Selatan dan mendukung peningkatan posisi Korea Selatan di forum internasional secara umum (Korea.Net, 2017).

Awalnya, industri kreatif Korea Selatan terutama Korean Wave digunakan dan disebarluaskan dalam rangka membangun ekonomi mereka pasca krisis ekonomi di tahun 1997 (Korea.Net, 2017) namun dengan berkembangnya Korean Wave yang menjadi kontribusi besar di industri kreatif Korea Selatan yang secara global, Korea Selatan menggunakan Korean Wave sebagai cara untuk menyebarkan budayanya secara internasional dan meningkatkan nama baik negaranya. Menurut data dari Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan pada tahun 2010 dan 2011 nilai tambah yang paling signifikan untuk ekonomi Korea Selatan berasal dari budaya dan industri kreatifnya dengan presentase 50,89%. Kenaikan presentase tersebut hampir sebagian ditingkatkan karena adanya pengaruh Korean Wave. Hal penunjang kebangkitan ekonomi Korea Selatan tidak lain karena sektor industri teknologi transportasi dan teknologi komunikasi yang juga didukung oleh sektor kebudayaannya melalui Korean Wave. Pada tahun 2004, ekspor film serta program televisi, pariwisata serta Korean Wave menghasilkan pendapatan yang totalnya hampir mencapai US\$ 2 Miliar (English Chosun, 2006)). Menurut statistic Bank of Korea dilihat dari sektor ekspor budaya dan jasa hiburan, industri kreatif dalam hal ini Korean Wave telah menghasilkan pendapatan yang hampir mencapai US\$ 794 juta di tahun 2011 dimana mengalami peningkatan sebesar 25% dari tahun sebelumnya yang menghasilkan pendapatan sekitar US\$ 637 juta. Peningkatan pendapatan dalam bidang ekspor budaya serta jasa hiburan terjadi dikarenakan seiring Korean Wave semakin diminati oleh masyarakat internasional (English Chosun, 2006).

Dengan adanya hal seperti itu, maka Korean Wave dengan mudahnya masuk ke negara-negara lain, dan dengan mudahnya budaya Korea Selatan bersaing dengan budaya di negara-negara tersebut. Misalnya saja, dengan adanya YouTube, tidak hanya masyarakat Korea Selatan yang dapat melihat performance dari penyanyi Kpop, namun

seluruh masyarakat dunia dapat melihatnya dalam akun-akun resmi milik perusahaan penyiaran milik Korea Selatan tersebut. Lalu, dengan adanya Twitter dan Instagram masyarakat luar Korea dapat berinteraksi langsung dengan penyanyi atau aktor asal Korea, sehingga dengan dibantunya teknologi dan social media, penyebaran Korean Wave jadi lebih mudah hampir keseluruhan penjuru dunia.

Penyebaran Korean Wave memungkinkan Korean Wave juga masuk dalam industri kreatif negara tetangganya dalam satu kawasan, yaitu Asia Timur yang kemudian produk-produk budaya Korea Selatan mulai menyebar dan tumbuh di kawasan Asia Timur. Korean Wave menjadi sumber utama industri kreatif di kawasan tersebut dalam hal film, drama televisi, dan Musik pop. Asia Timur sebagai salah satu kawasan yang mengalami dampak juga dengan adanya demam Korean Wave yang dimiliki Korea Selatan, dalam hal ini adalah K-Drama Descendants of The Sun yang mendapatkan predikat penjualan terbesar dalam 3 (tiga) tahun terakhir, setelah Winter Sonata dan Love Rain pada tahun 2002 dan 2012 (Korea Times, 2016). Kebangkitan musik popnya sendiri di kawasan tersebut ditandai dengan munculnya idol generasi awal, diantaranya TVXQ dan BoA (English Chosun, 2006).

Salah satu negara yang berada di kawasan Asia Timur, yaitu Jepang jugatermasuk negara yang menjadi tempat penyebaran Korean Wave. Pada awal tahun 1990 budaya Korea Selatan masih sedikit mendapat respon positif oleh masyarakat Jepang, namun di awal tahun 2000 barulah Korean Wave mendapat banyak respon positif dari masyarakat Jepang. Mereka mulai mengikuti perkembangan industri kreatif negeri gingseng tersebut, mulai dari musik, drama televisi, film, animasi, dan fashion. Korean Wave dalam hal musik pop juga menjadi sangat populer, beberapa penyanyi asal Korea Selatan tampil dalam salah satu acara musik tahunan terbesar di Jepang "Kohaku Uta Gassen" pada tahun 2001 hingga 2009 (Huang, 2011).

Industri Kreatif Jepang terutama industri musiknya sendiri merupakan industri terbesar kedua setelah Amerika Serikat (Japan Times, 2017). Produk-produk industri kreatifnya hampir selalu didominasi oleh produk domestik atau produk dari artis domestiknya, yang membuat artis atau produk luar Jepang harus lebih berusaha mendapatkan perhatian dari masyarakat Jepang (Japan Times, 2017). Beberapa artis atau penyanyi yang berhasil masuk kedalam industri kreatif Jepang yang biasanya bekerja sama dengan label rekaman yang besar di Jepang (Nakagawa, 2016). Ketika Korea Selatan bekerja sama dengan Jepang dalam hal budaya sekitar tahun 1990, Korea Selatan khawatir akan budayanya yang tersingkirkan oleh budaya Jepang yang masuk, namun nyatanya malah sebaliknya. Korean Wave melanda Jepang dan penyanyi serta aktor asal Korea Selatan menjadi sangat terkenal di Jepang (Korean times, 2016). Perkembangan yang pesat dari Korean Wave di Jepang kemudian menimbulkan pandangan baru, karena pada awal perkembangan industri kreatif Korea Selatan, industri kreatif Jepang sudah jauh selangkah. Namun, dengan muncul Korean Wave ini yang menjadikan Korea Selatan jauh lebih unggul dibandingkan industri kreatif Jepang (Lee, 2011). Lalu, pada bulan Juni tahun 2015 mengadakan konser di Sembilan tempat di Jepang dan semuanya terjual habis dalam kurun waktu yang cepat. Perusahaan hiburan juga melakukan hal yang lebih dari sekedar hanya menjual drama populer di Jepang. Pada bulan April, Perusahaan besar CJ E&M mengadakan KCON 2015 di Tokyo yang dimana konser tersebut menampilkan penyanyi-penyanyi asal Korea Selatan dan mengenalkan budaya Korea Selatan yang dihadiri oleh 15.000 penonton (Korean Times, 2016).

Dengan masuk dan menyebarnya Korean Wave di Jepang yang dalam hal ini sebagai instrumen diplomasinya Korea Selatan yang kemudian dari penggunaan Korean Wave tersebut menimbulkan pengaruh di masyarakat Jepang itu sendiri yang pada

akhirnya penulis berusaha merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Peran Korean Wave sebagai Soft Diplomacy di Jepang Periode 2012-2015?

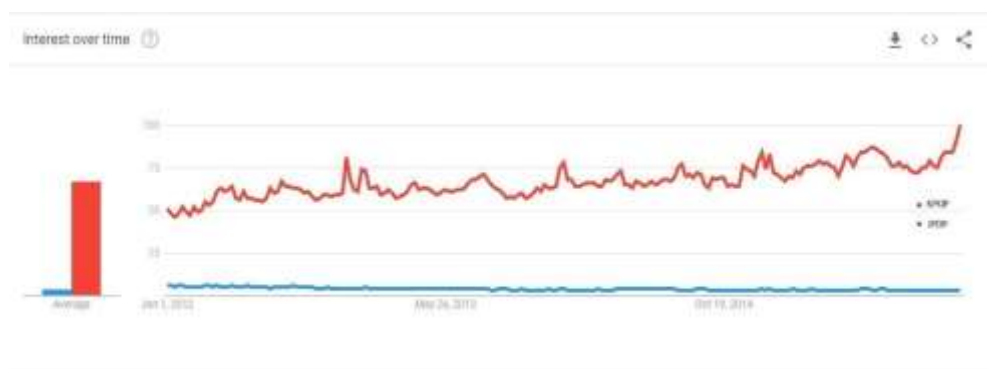
Pembahasan

Korean Wave dalam Industri Kreatif Jepang

Korean Wave atau budaya pop nya Korea Selatan yang mengalami penyebaran keseluruh dunia melalui berbagai media. Salah satu negara tersebut adalah Jepang. Masuknya Korean Wave ke Jepang tentu saja menjadi hal yang baru untuk para aktor Korean Wave tersebut. Masuknya Korean Wave sendiri di Jepang diawali oleh drama Korea (K-drama) yang berjudul Winter Sonata dan juga "Autumn in My Heart". Setelah masuknya serial drama korea ke Jepang yang menerima banyak tanggapan positif, barulah kemudian musik pop Korea Selatan juga masuk ke dalam industri kreatif Jepang yang diawali oleh salah satu penyanyi solo asal Korea Selatan yaitu BoA dan idol grupppria TVXQ (Korean Culture and Information Service, 2011: 31).

Masuknya Korean Wave ke Jepang menimbulkan beberapa dampak yang cukup signifikan di masyarakat Jepang sendiri. Seperti pada kemunculan serial drama korea "Winter Sonata" yang mendapatkan dukungan dari karakter yang mereka mainkan, khususnya kepopuleran Bae Yong-Joon menjadi sebuah fenomena budaya di Jepang. Ketika Bae Yong-Joon mengunjungi Jepang pada April 2004, sekitar 5000 perempuan Jepang memenuhi bandara internasional Haneda. Syndrome yang diakibatkan dari kepopuleran Bae Yong-Joon di Jepang kemudian membuat dirinya menjadi cover sekitar 50 majalah di Jepang (Korean Culture and Information Service, 2011: 27). Syndrome yang diakibatkan Bae Yoong-Joon hampir tidak pernah terjadi sebelumnya pada masyarakat Jepang, yang kemudian para kritikus sosol, sosiologi, dan psikolog melakukan analisis terhadap fenomena tersebut. Salah satu lembaga riset ekonomi memperkirakan dampak ekonomi dari drama Winter Sonata mencapai 84 juta won terhadap pariwisata Korea dan 3 triliun won terhadap penjualan DVD di Jepang. Lokasi yang digunakan dalam drama tersebut yakni Nami Island dan Yongpyeong Ski Resort menjadi tujuan utama pariwisata di Korea Selatan sebagai tujuan wisata "Korean Wave" (Korean Culture and Information Service, 2011: 26).

Selain drama, kpop juga menarik perhatian masyarakat Jepang. Mengikuti BoA dan TVXQ, beberapa idol grup Korea lainnya pun melakukan debut di Jepang. Diantaranya ada Big Bang, Super Junior, Kara, Girls Generation, SHINee, 2PM, dan EXO. Dimana mereka pernah mengadakan konser di Tokyo Dome, yang mana Tokyo Dome merupakan tempat atau stadium yang berada di Tokyo dan tidak semua penyanyi atau artis dapat mengadakan konser ditempat tersebut. Dengan masuknya kpop ke Jepang membuat idolgrup tersebut makin dikenal dimasyarakat Jepang. Berikut grafik yang menunjukkan jumlah pengguna Google dalam pencarian mereka mengenai Kpop dan Jpop:



Grafik 1. Jumlah Pengguna Google dalam Pencarian Jpop dengan Kpop Sumber: Google Trends Chart. (<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=jpop,kpop>), untuktahun 2012-2015

Berdasarkan pakar Korea, kpop yang sekarang berkembang ke Asia, Eropa dan Amerika juga (Centre for East and South-east Asian Studies, Lund University: 38). Pasar hiburan dan media di Jepang diperkirakan mencapai 194 triliun won per tahunnya, yang lima kali lipat lebih besar dari pasar musik Korea. Salah satu perusahaan industri musik Korea Selatan, SM Entertainment mendapatkan laba dari penjualan album serta konser artisnya, Girls Generation sebanyak 70 miliar Won. Hal tersebut membuktikan bahwa Kpop telah berhasil bertahan di pasar musik Jepang sejak BoA masuk kedalam pasar musik Jepang (Centre for East and South-east Asian Studies, Lund University: 38). Dengan masuknya Korean Wave ke Jepang menimbulkan beberapa efek yang cukup signifikan. Seperti munculnya "Korean Town" di daerah Shin-Okubo, Tokyo. Dimana daerah tersebut tempat beradanya semua produk milik Korea, mulai dari street food, restaurant, fashion, produk kecantikan, aksesoris korea maupun aksesoris kpop dan k-drama, dan lain sebagainya. Korean Town sendiri menjadi tempat tujuan favorit jika sedang berlibur ke Jepang ataupun tempat favorit untuk masyarakat Jepang juga (Japan Travel, 2015).

Korean Wave sebagai Soft Diplomacy

Hubungan antara Jepang dan Korea Selatan tidak dapat luput dari sejarah kedua negara tersebut, juga isu-isu teritorial antara kedua negara tersebut. Persengketaan Pulau Dokdo yang dimana kedua negara tersebut sama-sama mengakui kedaulatan pulau tersebut milik masing-masing negara sehingga terjadinya sengketa diantara kedua negara tersebut. Persengketaan tersebut juga didasar oleh sejarah kolonialisme Jepang terhadap Korea. Jepang mengklaim bahwa pulau dokdo merupakan milik Jepang berdasarkan perjanjian yang pernah dilakukan oleh kedua negara pada masa kolonialisme. Selain isu tersebut, terdapat isu lain juga yang membuat adanya gap antara kedua negara tersebut yaitu isu mengenai wanita-wanita Korea Selatan yang pada saat Perang Dunia Kedua dijadikan budak seks oleh tentara Jepang (Kang, 2013). Isu-isu tersebut merupakan isu yang telah lama namun saat ini masih belum terselesaikan dan membuat hubungan kedua negara tersebut dalam satu sisi terlihat tidak harmonis. Sentimen-sentimen negatif antara kedua negara tersebut juga masih ada dan belum hilang. Namun, jika dilihat dari sisi interaksi budayanya, hubungan kedua negara tersebut menunjukkan hubungan yang semakin membaik. Ada dan masuknya Korean Wave ke Jepang menunjukkan perubahan sikap yang ditunjukkan kedua negara, yang kemudian baik warga Korea Selatan dan Jepang mulai menerima masing-masing budaya kedua negara tersebut.

Masuknya Korean Wave di Jepang sebagai langkah Korea Selatan untuk menjalin hubungan yang baik dengan Jepang. Korean Wave yang termasuk dalam industri Kreatif Korea Selatan ini berusaha masuk dalam lingkup industri kreatif Jepang yang dimana terkenal dengan industri kreatif kedua terbesar di dunia setelah Amerika Serikat ([Japan Times](#), 2017). Ketika masuknya Korean Wave di Jepang yang kemudian mendapatkan antusiasme dari masyarakat Jepang, kemudian Korea Selatan mulai mendapatkan jalan agar dapat berkembang di Jepang. Korean Wave sendiri merupakan budaya populer milik Korea Selatan yang termasuk didalamnya serial drama televisi, film, dan Kpop. Melalui drama, film, dan kpop lah budaya Korea Selatan disebarluaskan ke negara-negara lain. Penggunaan Korean Wave sebagai konten pertukaran budaya melalui drama, film, musik dan segala hal yang berkaitan dengan budaya populer Korea Selatan yang kemudian

memberikan efek secara langsung terhadap masyarakat luar khususnya masyarakat Jepang. Karena melalui Korean Wave yang dimana dapat langsung dirasakan oleh masyarakat asing yang kemudian memberikan efek pada opini serta pandangan mereka terhadap negara yang bersangkutan. Dimana sebelumnya, masyarakat Jepang belum mau terbuka dan masih melekat sentiment negatifnya terhadap masyarakat Korea Selatan dikarenakan hubungan Jepang dan Korea Selatan dimasa lalu hingga pada akhirnya masyarakat Jepang beropini dan berpandangan positif pada masyarakat Korea Selatan (Kei, 2011). Mulai munculnya pandangan positif masyarakat Jepang terhadap Korea yang kemudian adanya kerjasama-kerjasama dan agenda diantara kedua negara tersebut terkait pertukaran budaya. Berikut agenda-agenda Jepang dan Korea Selatan terkait pertukaran budaya kedua negara tersebut dari tahun 2012-2015:

Tabel 1. Agenda Kerjasama Pertukaran Budaya antara Jepang-Korea Selatan dari tahun 2012-2015

NO	NAMA KEGIATAN	TAHUN
1	Korea-Japan Contemporary Sculpture Exhibition	2012
2	K-Pop Contest Hokkaido	2012
3	Symposium Global And Korean-Japan Contest Bussiness	2012
4	Horn Japan-Korea Exchange Festival	2012
5	33 rd Japan-Korea Children Works (Painting)	2012
6	Japan-Korea Exchange Funeral In Tokyo	2013
7	Pojagi Work Exhibition In Tokyo (Korean Handcraft Pojagi)	2013
8	The 5 th Korea-Japan Friendship Kayo Competition	2013
9	Atami City Japan-Korea Friendship Association Tour	2013
10	JYP Audition	2013
11	Gathering Of Korea-Japan Cultural Exchange	2013
12	The 19 th Korean-Japanese Creative Exchange Exhibition	2014
13	The 40 th Japan-Korea Art Exchange	2014
14	Suka's Funny Japan-Korea Calligraphy Exchange Exhibition	2014
15	K-Pop Contest	2015
16	Japan-Korea Exchange Festival	2015

Sumber:http://koreanculture.jp/search_calendar.php?cur_y1=2015&cur_m1=1 diolaholeh penulis

Munculnya agenda-agenda kerjasama terkait pertukaran budaya dimana didalamnya Korean Wave ikut serta. Adanya agenda-agenda tersebut dimaksudkan agar sentiment-sentimen negatif antara kedua negara dapat berkurang melalui pertukaran budaya tersebut. Selain adanya agenda-agenda kerjasama, adanya produksi serial drama televisi yang ceritanya diangkat dari manga Jepang. Berikut beberapa judul manga beserta judul drama Jepang dan Korea yang ceritanya diangkat dari manga tersebut:

Tabel 2. Drama Jepang dan Korea yang diangkat dari manga

No	Judul Manga	Judul Drama Jepang	Judul Drama Korea
1	Hana Kimi	Hana Kimi	To The Beautiful You
2	Itazura Na Kiss	Mischievous Kiss	Playful Kiss
3	Hana Yori Dango	Hana Yori Dango	Boys Before Flowers

4	Nodame Cantabile	Nodame Cantabile	Cantabile Tommorrow
5	Shinobu KaitaniSensei	Liar Game	Liar Game

Dengan diangkatnya cerita dari manga Jepang oleh Korea Selatan yang kemudian dikemas dalam versinya Korea dengan memasukkan budayanya dalam drama tersebut. Kemudian, adanya globalisasi juga membantu masuknya Korean Wave di negara-negara didunia termasuk Jepang. Globalisasi sendiri juga dibantu dengan adanya perkembangan teknologi yang ada. Karena globalisasi sendiri membantu dan memudahkan dalam penyebaran budaya atau kultur beserta ide-ide yang terkandung didalamnya. Korea Selatan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dalam penyebaran budayanya melalui Korean Wave. Melalui perkembangan teknologi yang adakemudian memunculkan banyaknya new media pada saat ini, seperti Youtube, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya. Melalui media tersebut, Korea Selatan memanfaatkannya dalam penyebaran Korean Wave. Dengan memanfaatkan media yang ada yang kemudian memudahkan penyebaran Korean Wave oleh Korea Selatan.

Industri Kreatif Jepang yang merupakan industri kreatif terbesar setelah Amerika yang membuat produk-produk diluar Jepang akan kesulitan untuk masuk dalam lingkup industri kreatif Jepang. Industri kreatif Jepang sendiri didominasi oleh produk-produk dalam negerinya. Ketika Korean Wave masuk dengan diawali masuknya salah satu penyanyi Solo Korea, BoA yang berhasil menempati peringkat di Japan's Oricon weekly album chart selama tujuh kali berturut-turut (Korean Culture And Information Service, 2011: 29). Yang kemudian diikuti oleh masuknya beberapa penyanyi serta idolgrup yang masuk dalam list Oricon Chart di Jepang, seperti Girls Generation, SHINee, BTS, Big Bang, dan lain sebagainya. Oricon Chart sendiri setara dengan Billboard Chart yang ada di Amerika, yang kemudian dengan masuknya penyanyi serta idolgrup Korea di Oricon Charts menjadi tolak ukur keberhasilan Korea Selatan dalam menggunakan KoreanWave-nya di Jepang. Kemudian, melalui drama televisi Korea yang tayang di Jepang mendapatkan perhatian dan antusiasme dari masyarakat Jepang, yang kemudian menggeserkan opini mereka terhadap orang Korea kearah yang lebih positif. Berikut list penyanyi dan idolgrup Korea Selatan yang berhasil masuk dalam Japan's Oricon Chart:

랭킹	가수명	2010	2011	2012	2013	2014	2015	6년간 총매출
1	동방신기	9,431	2,658	2,401	3,467	3,691	2,887	24,535
2	소녀시대	877	4,049	4,332	1,249	1,810	723	13,040
3	KARA	1,305	4,926	3,417	1,475	미진입		11,123
4	BIGBANG	916	789	2,239	1,462	1,802	1,372	8,580
5	2PM	데뷔전	991	884	958	819	923	4,575
6	샤이니	데뷔전	873	728	1,382	662	741	4,386
7	슈퍼주니어	데뷔전	517	1,260	533	610	455	3,375
8	CNBLUE	미진입	563	722	870	552	376	3,083
9	JYJ	2,258	미진입	미진입	미진입	미진입	미진입	2,258
10	FT아일랜드	데뷔전	809	623	504	미진입	미진입	1,936
11	조신성	미진입	582	447	573	미진입	미진입	1,602
12	김현중	데뷔전	668	528	미진입	미진입	미진입	1,196
13	장근석	데뷔전	515	598	미진입	미진입	미진입	1,113
14	인피니트	데뷔전	미진입	413	502	미진입	미진입	915
15	티아라	데뷔전	미진입	902	미진입	미진입	미진입	902
16	EXO	데뷔전	미진입	미진입	미진입	902	미진입	902
17	지드래곤	데뷔전	미진입	875	미진입	미진입	미진입	875
18	비스트	554	미진입	미진입	미진입	미진입	미진입	554
19	은혁&동해	데뷔전	미진입	미진입	미진입	515	미진입	515
20	방탄소년단	데뷔전	미진입	미진입	미진입	미진입	514	514

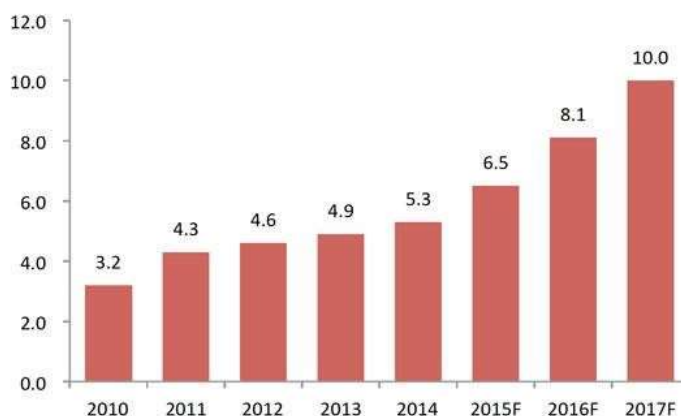
Gambar 1. Daftar penyanyi dan idolgrup Korea Selatan dalam Japan's OriconChart tahun 2010-2015.

Sumber: <https://onehallyu.com/topic/270382-japan-oricons-yearly-sales-ranking-of-kpop-artists-2010-2015/>

Selain itu, penggunaan Korean Wave sebagai soft diplomacy Korea Selatan juga secara tidak langsung akan meningkatkan nama baik Korea Selatan di Jepang, karena Korean Wave itu sendiri mempengaruhi masyarakat Jepang akan pandangan mereka terhadap nama baik Korea Selatan yang merupakan salah satu tujuan soft diplomacy itu sendiri. Dengan meningkatnya nama baik Korea Selatan di Jepang maka juga meningkatkan apresiasi masyarakat tersebut terhadap Korea Selatan, karena sebuah opini dan pandangan suatu masyarakat terhadap negara tertentu dapat memberikan efek yang cukup signifikan bagi negara itu.

Disisi lain, masuknya Korean Wave di Jepang menimbulkan efek lain di industri kreatif Jepang. Antusiasme masyarakat Jepang yang tinggi terhadap Korean Wave dapat dilihat ketika para idol kpop menyelenggarakan konsernya di Jepang, dan ketika di Tokyo mereka dapat menyelenggarakan konsernya di Tokyo Dome. Hal itu dapat dilihat dari adanya perkembangan Korean Wave di Jepang dari ketahun dimana idol kpop tersebut berhasil mendapatkan antusiasme masyarakat Jepang dimana peran Korean Wave sebagai instrumen soft diplomacy Korea Selatan. Dengan berhasilnya idol kpop menyelenggarakan konsernya di Tokyo Dome membuat para idol serta artis Jepang harus berusaha lagi agar dapat melakukan hal yang sama seperti apa yang idol kpop itu lakukan. Lalu, penyebaran kultur atau budaya yang dimiliki Korea Selatan melalui Korean Wave jauh lebih efisien karena budaya atau kultur tersebut dikemas dalam drama yang diterbitkan. Berikut grafik ekspor budaya Korea Selatan dari tahun 2010-2017 di negara-negara Asia Timur:

Figure 5. Korea's Total Cultural Exports (USD Bil.)



Source: Korea Creative Content Agency

Grafik 2. Ekspor Budaya Korea Selatan di negara Asia Timur, khususnya Jepang. Sumber: <https://www.funglobalretailtech.com/research/deep-dive-korean-innovation-beauty/>

Disisi lain, penggunaan Korean Wave sebagai soft diplomacy Korea Selatan juga memberikan dampak terhadap imej Korea Selatan di masyarakat Jepang yang semakin positif, juga didirikannya Korean Town di Jepang merupakan sebuah dampak yang besar dengan masuknya Korean Wave di Jepang. Selain itu, salah satu ajang music besar yaitu "Mnet Asia Music Awards (MAMA)" di tahun 2017 juga di selenggarakan di tiga negara

yakni Vietnam, Jepang dan Hongkong. Dalam acara MAMA 2017 di Jepang, para artis kpop melangsungkan penampilannya disana juga salah satu idol Jepang yakni AKB48 berkolaborasi dengan beberapa idol kpop dengan membawakan lagu "Pick Me" yaitu lagu yang berasal dari salah satu program survival Korea Selatan "Produce 101" yang berhasil membentuk sebuah girlgrup I.O.I.

Banyak dari idol kpop yang menyelenggarakan konser mereka di Jepang tidak hanya dalam satu kota saja yakni Tokyo. Namun juga di beberapa kota, bahkan ada yang hingga 9 kota dalam satu kali tur. Tidak jarang pula para idol kpop khusus menyelenggarakan konser tur Japan yang dimana memang konser tersebut hanya akan diadakan di beberapa kota di Jepang. Beberapa dari idol itu juga melangsungkan debut mereka di Jepang karena antusiasme yang tinggi dari masyarakat Jepang, yang juga akhirnya membuat kerjasama dengan perusahaan music di Jepang. Tidak jarang pula, orang Jepang yang bercita-cita menjadi penyanyi datang ke Korea atau mengikuti audisi yang diadakan oleh perusahaan music dan perfilman milik Korea agar mereka dapat debut menjadi penyanyi atau aktor Korea Selatan yang mengakibatkan adanya personil idolgrup yang berasal Jepang.

Dengan masuknya Korean Wave sebagai soft diplomacy Korea Selatan di Jepang dan juga yang secara tidak langsung menjadi produk unggulannya Korea Selatan sebagai instument diplomasi yang pada akhirnya membuat sebuah perubahan dalam industri kreatif Korea Selatan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat dilihat dari banyaknya idol kpop yang debut di Jepang, menyelenggarakan konser mereka di Jepang yang kadangkala khusus Japan Tour Concert, datangnya orang Jepang untuk menjadi trainee sebagai idol atau aktor Korea Selatan hingga adanya Korean Town di Jepang yang dimana disana terdapat restaurant, toko perawatan tubuh dan wajah, toko kosmetik, toko album-album kpop, hingga toko merchandise atau pernak-pernik yang berkaitan dengan kpop, dan Korean Town sendiri termasuk menjadi salah satu tempat yang wajib dikunjungi ketika mengunjungi Jepang.

Dan juga, dengan masuk dan digunakannya Korean Wave sebagai salah satu instrument diplomasi oleh Korea Selatan pada Jepang yang membuat baiknya kembali hubungan diplomatic antara Korea Selatan dan Jepang, yang kemudian banyaknya muncul kerjasama-kerjasama dibidang budaya, yang diantaranya diselenggarakannya seperti "Kpop Contest" setiap tahunnya, "Japan-Korea Youth Exchange" , "Gathering of Korea-Japan Cultural exchange" pada tahun 2013, "Japan-Korea Cultural Exchange Series Encouragement Edge Perform Banquet", "Japan-Korea Exchange Festival", dan juga banyaknya perusahaan-perusahaan music serta film yang mengadakan audisi di Jepang sehingga remaja-remaja di Jepang diberikan peluang agar dapat debut dalam industri kreatif Jepang.

Kesimpulan

Isu historis antara Jepang dan Korea Selatan tidak dapat dipisahkan dengan fenomena antara kedua negara saat ini. Sentimen-sentimen negative antara kedua negara masih ada dan belum dapat dihilangkan, namun dari sisi budaya kedua negara tersebut dapat berhubungan baik. Lalu, sejak mulai membaiknya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Jepang yang dimulai pada tahun 1988 ketika pemerintah Korea Selatan mencabut pelarangan atas masuknya budaya Jepang yang kemudian mencapai puncaknya di tahun 2005 kedua negara tersebut mulai melakukan agenda pertukaran budaya yang diselenggarakan oleh kedua negara. Dalam agenda pertukaran budaya tersebut, pemerintah Korea Selatan menggunakan Korean Wave sebagai instrumen diplomasi, baik dalam soft diplomacy maupun diplomasi budayanya. Melalui Korean Wave, Korea Selatan berhasil membawa pengaruh yang baik terhadap nama serta citra

negaranya di negara tetangganya, yakni Jepang.

Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana penggunaan Korean Wave melalui drama dan musik di Jepang yang membawa efek positif bagi nama baik Korea Selatan. Penggunaan Korean Wave sebagai soft diplomacy Korea Selatan yang dimana dalam hal ini menyebarkan budaya populernya ke masyarakat luar Korea Selatan yang kemudian memberikan manfaat bagi negaranya. Masuk dan berkembangnya Korean Wave di Jepang memberikan pengaruh yang baik bagi Korea Selatan, salah satunya dengan berubahnya opini masyarakat Jepang terhadap masyarakat Korea Selatan dengan melalui serial drama televisi. Dengan berubahnya opini serta pandangan masyarakat Jepang terhadap masyarakat Korea Selatan membuat nama baik Korea Selatan baik yang kemudian juga berdampak pada ketertarikan masyarakat Jepang akan kebudayaan populer Korea Selatan.

Masuk dan berkembangnya Korean Wave di Jepang merupakan sebuah tolak ukur keberhasilan Korea Selatan sebagai instrumen soft diplomacy-nya. Kepopuleran Korean Wave di Jepang terlihat dengan banyaknya idol kpop yang melakukan debut dan konser di Jepang, adanya Korean Town, serta antusiasme masyarakat Jepang terhadap Korean Wave. Selain itu, nama baik Korea Selatan di Jepang perlahan mulai membaik dengan banyaknya masyarakat Jepang yang datang ke Korea Selatan sebagai wisatawan, mengikuti audisi sebagai idol, dan pertukaran pelajar. Antusiasme masyarakat Jepang terhadap Korean Wave ditunjukkan ketika penyanyi solo atau idol kpop mengadakan tur konsernya di Jepang dimana Tokyo Dome yang menjadi salah satu tempat yang tidak sembarang orang dapat menyelenggarakan konser disana, namun sudah ada beberapa idol yang menyelenggarakan konser mereka di Tokyo Dome, juga dengan masuknya beberapa penyanyi serta idol grup Korea dalam lingkup industri kreatif Jepang yang terbilang sebagai industri yang besar menjadi tolak ukur berhasilnya budaya yang dibawakan oleh Korean Wave di Jepang.. Selain itu, adanya agenda-agenda kegiatan dibidang budaya antara Jepang dan Korea Selatan juga menjadi tolak ukur berhasilnya Korean Wave digunakan sebagai instrumen soft diplomacy oleh Korea Selatan.

Referensi Buku

- Berg, Bruce L., (2001), *Qualitative Research Method for The Social Science*. Needham Height: Pearson Education Company.
- Cresweel, John W., (1991), *Research Design Qualitative, Quantitative. And Mixed Methods Approaches* 3rd ed,. Boston: Allyn and Bacon.
- Cresweel, John W., (2003), *Research Design Qualitative, Quantitative. And Mixed Methods Approaches* Second Edition. California: Sage Publications, Inc.
- Jackson, Robert. & George Sorensen, (2005), *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Jimoondang (Ed.), (2008). *Insight into Korea Series Vol. 5: Korean Wave*.
- Mas'ood, Mohtar, (1989), *Studi Internasional: Tingkat Analisa dan Teorisasi*. Yogyakarta. Pudjomartono, Susanto, (2011). *Soft diplomacy*.
- Economic Research Departement. 2005. "Cool Japan's Economy Warms Up". Japan External Trade Organization (JETRO).
- Korean Culture and Information Service. 2011. *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Ministry of Culture, Sports, and Tourism.
- ASIART Archive. "Takashi Murakami's Miss Ko2 Hits the Auction Price Record". 2007 Centre For East and South-east Asian Studies, Lund University. "Soft Power of Korean Popular Culture in Japan: K-Pop Avid Fandom in Tokyo", hal. 38
- Chiu, Christine. "SMAP: A case-study of J-Pop". COMPENDIUM. (2011). "Cultural/Creative Industries: Policies and Programmes." <http://www.culturalpolicies.net/web/unitedkingdom.php?aid=423> diakses pada

tanggal 21 Oktober 2017.

- Creighton, Millie. "Japanese Suring the Korean Wave: Drama Tourism, Nationalism, and Gender via Ethnic eroticism."
- Doobo, Shim. "Perkembangan Gelombang Korea". Diakses dari <http://kyotoreviewsea.org/KCMS/?p=251&lang=id>
- Huang, Xiaowei. (2009). "'Korean Wave' — The Popular Culture, Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in the East Asia." Beijing: Beijing Institute of Technology.
- Ji, Dal Yong. (2012). "The New Korean Wave in The Creative Industri: Hallyu." University of Michigan.
- Kakiuchi, Emiko & Kiyoshi Takeuchi. (2014). "Creative Industries: Reality and Potential in Japan", National Graduate Institute for Policy Studies, hal.4
- Kang, David. & Jiung Bang. "Japan – Korea Relations: Leadership Changes and National Tajectories". (A Triannual E-Journal on East Asian Bilateral Relations: University of Southern Korea. 2013).
- Kim, Ny Ha. (2013) "Competing for Australians Tourist: Affective Images of Korea, Japan and China". University of Florida.
- Kim, Regina. 2011. "South Korean Cultural Diplomacy and Efforts to Promote the ROK's Brand Image in the United States and Around the World". Hal. 124
- Kono, Kei & Miwako Hana. "Japan-Korea Past, Present and Future : from a public survey". (Japan Broadcasting Corporation (NHK): 2011).
- Korean Culture and Information Services South Korea. "Kpop: A New Force in Pop Music."
- Lee, Sue Jin. (2011). "The Korean Wave: The Seoul of Asia." The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 2, No. 1.
- Lin, Ho Swee. "Old Texts, New Desires: How the Korean Television Drama Daejanggeum Evokes Reflexivity, Renewal and Resistance among Japanese Women".
- Makela, Lee A., Cleveland State University, "Teaching the Postmodern Using Examples from Japanese Film and Popular Culture".
- Millie Creighton. "Japanese Suring the Korean Wave: Drama Tourism, Nationalism, and Gender via Ethnic eroticism". (Univeristy of Kentucky: 2009).
- Ming, Ng-Wai, Benjamin, Asian Culture. "From Oshin to Beautiful Life: A Study of Japanese Television Dramas in Singapore."
- Powers, Richard., & Kato Hidetosh, "Handbook of Japanese Popular Culture". (New York: Greenwood Press, 1989).
- Risa Nakagawa & Yuri Arthur. "A Look at Japan's Music Market". (United States of America Departement of Comercee, August 2016).
- Sayekti, Meilinda. Strategi Korea Selatan Mempopulerkan Korean Wave Di Jepang Dalam Rangka Meningkatkan Hubungan Bilateral Korea Selatan-Jepang, Skripsi (tidak diterbitkan), Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Sheen, Seongho. "Japan – South Korea Relations : Slowly Lifting The Burden History." (ASIA Pasific Center, 2003). Suh, Cung-Sok. Cho, Young-Dal. Kwon, Seung-Ho.
- The Korean Wave in Southeast Asia: An Analysis of Cultural Proximity and the Globalization of the Korean Cultural Products.". http://congress.aks.ac.kr/korean/files/2_1358476377.pdf.
- Tokyo University Repository for Academic Resources. "The Soft Power of Coll: Economy, Culture and Foreign Policy in Japan".
- Asia Be. "10 Must Watch Korean and Japanese Dramas of All time". Diakses dari <http://asia.be.com/lifestyle/tv/10-must-watch-korean-japanese-dramas-time-83615.html#item=9>.
- ASIART Archive, 2007, (Takashi Murakami's Miss Ko2 Hits the Auction Price Record) Dalam <http://www.aaa.org.hk/Collection/Details/31516>
- BBC News. "South Korea Country Profile". Diakses dari <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-15289563>.

- Fast Japan. "8 Popular Female Idol Groups Dominating the J-Pop Industry". Diakses dari <https://fastjapan.com/en/p116856>.
- FGRT. "DEEP DIVE: Korean Innovation Beauty". Diakses dari <https://www.funglobalretailtech.com/research/deep-dive-korean-innovation-beauty/>.
- Google Trends Chart. "Jpop versus Kpop". Diakses dari <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=jpop,kpop>.
- Japan Travel. "Tokyo's Korean Town". Diakses dari <https://en.japantravel.com/tokyo/tokyo-s-korea-town-8-things-to-do/>.
- Korea.net: Gateway to Korea. "Current Affairs: Korean Wave" Diakses dari <http://www.korea.net/Government/Current-Affairs/Korean-Wave?affairId=209>.
- Officially K-Music. "Girls Generation Dominates Japan's Oricon Chart". Diakses dari <http://officiallykmusic.com/girls-generation-dominates-japans-oricon-charts-best/>.
- SBS News. "BTS are one of the biggest selling K-pop acts in Japan this Year". <https://www.sbs.com.au/popasia/blog/2017/09/04/bts-are-one-biggest-selling-k-pop-acts-japan-year>.
- Soompi. "Girls' Generation's 'The Best' Tops the Oricon Weekly Charts Two Weeks in a Row, Tying with BoA's Record". Diakses dari <https://www.soompi.com/2014/08/04/girls-generations-the-best-tops-the-oricon-charts-two-weeks-in-a-row-tying-with-boas-record/>.
- The Atlantic. "How Korean Pop Conquered Japan". Diakses dari <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/09/how-korean-pop-conquered-japan/244712/>.
- The Japan Times. "Big in Japan? Artist from Abroad may find it more difficult to draw a crowd". Diakses dari <https://www.japantimes.co.jp/culture/2017/01/28/music/big-japan-artists-abroad-may-find-difficult-draw-crowd/#.Wlv-dHaWbIV>.
- Warta News. "Giliran Korea Selatan Demo Anti-Jepang di Seoul." Diakses dari <http://www.wartanews.com/internasional/117755336/giliran-korea-selatan-demo-anti-jepang-diseoul>.