

**UPAYA KOREA SELATAN DALAM PEMASARAN *HALLYU* PASCA
PEMBOIKOTAN KONTEN BUDAYA OLEH TIONGKOK TAHUN 2016**

SKRIPSI



Disusun oleh:

FADIA AYUNABILA ZEIN

NIM. 071511233023

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SEMESTER GENAP 2021/2022

**UPAYA KOREA SELATAN DALAM PEMASARAN *HALLYU*
PASCA PEMBOIKOTAN KONTEN BUDAYA OLEH
TIONGKOK TAHUN 2016**

SKRIPSI



Disusun oleh:

FADIA AYUNABILA ZEIN

NIM 071511233023

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2021/2022**

**UPAYA KOREA SELATAN DALAM PEMASARAN *HALLYU*
PASCA PEMBOIKOTAN KONTEN BUDAYA OLEH
TIONGKOK TAHUN 2016**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S- 1

Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Disusun oleh:

FADIA AYUNABILA ZEIN

NIM. 071511233023

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SEMESTER GENAP 2021/2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**“Upaya Korea Selatan dalam Pemasaran *Hallyu* Pasca Pemboikotan Konten
Budaya oleh Tiongkok Tahun 2016”**

Disusun oleh:

Fadia Ayunabila Zein

NIM. 071511233023

Disetujui untuk diujikan di hadapan Komisi Penguji

Surabaya, 24 Juni 2022

Dosen Pembimbing,

Dr. Phil. Siti Rokhmawati Susanto, S.IP., MIR.

NIP. 19770301 200003 2 001

Persetujuan dosen pembimbing skripsi



a.n Dr. phil. Siti R. Susanto
KPS S1 HI FISIP Unair
Surabaya,

Persetujuan dosen penguji skripsi



a.n Dr. phil. Siti R. Susanto
KPS S1 HI FISIP Unair
Surabaya,

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

**Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji pada Hari
Jumat, 24 Juni 2022, Pukul 13.00 WIB di Ruang Sidang Cakra Buana
Catur Matra, Gedung C
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
Surabaya**

**Komisi Penguji
Ketua,**

Moch. Yunus, S.IP., MA.

NIP. 19731025 200501 1 002

Anggota 1

Anggota 2

Citra Hennida, S.IP., MA.

NIP. 19791025 200604 2 001

Fadhila Inas Pratiwi, S.Hub.Int., MA.

NIP.19930510 201903 2 027

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan skripsi berjudul:

“Upaya Korea Selatan dalam Pemasaran *Hallyu* Pasca Pemboikotan Konten Budaya oleh Tiongkok Tahun 2016”

Ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi

Surabaya, 15 Juni 2022



Fadia Ayunabila Zein

*To mom and dad who let me bloom
into who I am today*

“A flower does not think of competing with the flower next to it. It just blooms”

-someone out there in the universe

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih dan apresiasi terhadap orang-orang yang telah memberikan kontribusi terhadap penyelesaian skripsi dan hari-hari penulis selama perkuliahan.

1. Mama dan Papa yang selalu sabar dan memberikan semangat kepada penulis. Di saat penulis melewati masa-masa yang sulit, mereka tidak pernah melepaskan genggaman tangan dan tetap memberi kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dan kuliah penulis.
2. Ibu Irma selaku dosen pembimbing yang mendorong serta mendampingi penulis dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Basis dan Ibu Lilik atas bimbingan serta arahan kepada penulis.
4. Alvier, for his endless love and support.
5. Sharlita, Lely dan Indah yang selalu setia menemani sejak masa SMA. Kalian terbaik!!
6. Gerald, Alya, Uli dan Caca telah menjadi pendorong terbesar penulis untuk masuk kuliah dan mewarnai masa perkuliahan.

Terima kasih kepada semua pihak yang belum sempat saya sebutkan satu persatu. Semoga kebaikan kalian di balas oleh Allah SWT.

Surabaya, 15 Juni 2022

Fadia Ayunabila Zein

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
SAMPUL DALAM.....	i
PRASYARAT GELAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR DIAGRAM, GRAFIK DAN TABEL	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv

Bab I

Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kerangka Pemikiran	4
1.4.1 Peran Budaya Populer dalam Memasarkan <i>Soft power</i>	5
1.4.2 Kerjasama antar Negara melalui Industri Kreatif	7
1.4.3 Hibridisasi Budaya sebagai Faktor Penerimaan Suatu Budaya oleh Publik Asing.....	10
1.5 Hipotesis	12
1.6 Metode Penelitian.....	13
1.6.1 Definisi dan Operasional Konsep	13
1.6.1.1 Pemasaran	13
1.6.1.2 Industri Kreatif.....	13
1.6.1.3 <i>Joint Venture</i>	13
1.6.1.4 Lokalisasi.....	14
1.6.2 Tipe Penelitian	14

1.6.3 Ruang Lingkup dan Jangkuan Penelitian	15
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	15
1.6.5 Teknik Analisis Data.....	15
1.6.6 Sistematika Penulisan	15
 Bab II	
Penyebaran Konten Budaya Korea Selatan di Tiongkok Pasca Terjadinya Pemboikotan	17
2.1 Hubungan Korea Selatan dan Tiongkok Pasca Pemboikotan Konten Budaya.....	17
2.1.1 Korea-China Cultural Exchange Year.....	18
2.2 Penyebaran Konten Budaya Korea Selatan di Tiongkok Pasca Pemboikotan	20
2.3 Sikap Publik Tiongkok terhadap Konten Budaya Korea Selatan.....	21
 Bab III	
Kerjasama Korea Selatan dan Tiongkok dalam Sektor Industri Kreatif Pasca Pemboikotan Konten Budaya oleh Tiongkok.....	24
3.1 Sistem Kolaborasi Korea Selatan-Tiongkok dalam Industri Kreatif.....	24
3.1.1 Perilisan Film Produksi Bersama Korea Selatan-Tiongkok	25
3.1.2 Program ‘ <i>New Voices, Chinese Films</i> ’ di Busan International Film Festival (BIFF).....	27
3.2 Joint Venture antar Perusahaan Korea Selatan-Tiongkok	27
3.2.1 Kemitraan Strategis China Central Television (CCTV) dengan Korean Public Broadcaster (KBS).....	28
3.2.2 Kemitraan JYP Entertainment dan Tencent Music Entertainment...	29
 Bab IV	
Inisiatif Korea Selatan Mengakomodasi Nilai Tiongkok dalam Produk <i>Hallyu</i> Melalui lokalisasi Konten Budaya.....	30
4.1 Upaya Lokalisasi Konten Budaya oleh Perusahaan Hiburan Korea Selatan di Tiongkok	30
4.1.1 Representasi Tiongkok dalam Produk <i>Hallyu</i>	33
4.1.2 Lokalisasi Film dan Program Televisi melalui fenomena <i>Remaking</i> ..	35

Bab V

Kesimpulan 38

DAFTAR PUSTAKA..... 40

DAFTAR DIAGRAM, GRAFIK DAN TABEL

DIAGRAM

Diagram II.1 Efek <i>Hallyu</i> terhadap Gambaran Korea Selatan dan Produknya	21
Diagram IV.I Tipologi Cross-Border Cultural Flow	31

GRAFIK

Grafik II.1 Brand Power Index of <i>Hallyu</i> Content.....	22
--	-----------

DAFTAR SINGKATAN

CCTV	CHINA CENTRAL TELEVISION
THAAD	TERMINAL HIGH ALTITUDE AREA DEFENSE
SAPPRFT	CHINA'S STATE ADMINISTRATION OF PRESS PUBLICATIONS, RADIO, FILM AND TELEVISION
WTO	WORLD TRADE ORGANIZATION
KOCCA	KOREAN CULTURAL CONTENT AGENCY
FTA	FREE TRADE AGREEMENT
BIFF	BUSAN INTERNASIONAL FILM FESTIVAL
KBS	KOREAN PUBLIC BROADCASTER
TME	TENCENT MUSIC ENTERTAINMENT
NCT	NEO CULTURE TECHNOLOGY
SARFT	STATE ADMINISTRATION OF RADIO, FILM AND TELEVISION
MBC	MUNHWA BROADCASTING CORPORATION
SBS	SEOUL BROADCASTING SYSTEM
JTBC	JOONGANGG TONGYANG BROADCASTING COMPANY
TVN	TOTAL VARIETY NETWORK
MNET	MUSIC NETWORK
FRAPA	INTERNASIONAL FORMAT CERTIFICATION AND PROTECTION ASSOCIATION
KTO	KOREA TOURISM ORGANIZATION
KOFICE	KOREAN FOUNDATION FOR CULTURAL EXCHANGE

ABSTRAK

Korea Selatan merupakan suatu negara yang berhasil mengembangkan budaya sebagai instrumen *soft power*. Keberhasilan tersebut memberikan jalur bagi Korea Selatan untuk memberikan pengaruhnya terhadap rekan-rekan negara yang lebih kuat. Budaya populer Korea Selatan yang dikenal sebagai *Hallyu* telah mendorong komunikasi kultural antara Tiongkok dan Korea Selatan. Namun pada tahun 2016, Tiongkok melakukan serangkaian tindakan pembatasan terhadap *Hallyu* yang dikaitkan dengan meningkatnya gesekan politik antara Korea Selatan dan Tiongkok. Hal ini menghambat penyebaran konten budaya Korea Selatan yang mana Tiongkok merupakan pasar unggulan bagi *Hallyu*. Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bagaimana upaya Korea Selatan dalam pemasaran *Hallyu* pasca pemboikotan konten budaya oleh Tiongkok, yang mana tindakan tersebut mempengaruhi eksistensi *Hallyu* sebagai penggerak industri kreatif Korea Selatan di Tiongkok. Penulis berupaya untuk menjelaskan upaya Korea Selatan dengan fokus kepada tiga sektor industri kreatif yakni musik, film dan penyiaran. Berdasarkan hal tersebut, penulis memiliki hipotesis bahwa Korea Selatan melakukan upaya pemasaran *Hallyu* melalui kerjasama dengan Tiongkok dalam sektor industri kreatif yang dilakukan melalui kolaborasi dan *joint venture*, serta melakukan upaya lokalisasi konten budaya di Tiongkok sebagai bentuk akomodasi nilai Tiongkok dalam produk *Hallyu*. Upaya tersebut didorong oleh peran pemerintah dan aktor swasta Korea Selatan yang memiliki andil besar dalam penyebaran konten budaya *Hallyu* di Tiongkok.

Kata kunci: Korea Selatan, Tiongkok, *Hallyu*, Pemasaran, Industri Kreatif, Lokalisasi.