

# PROGRAM "TEKO NANG JAWA" SEBAGAI UPAYA DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA TAHUN 2019

oleh *Tundjung Linggarwati & Ardhita Fitriana Wiradianty*  
(*Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*  
*Universitas Jenderal Soedirman.*  
*tundjung.el@unsoed.ac.id & ardhitafitriana21@gmail.com*)

## Abstrak

**P**enelitian yang berjudul "Program "Teko Nang Jawa" Sebagai Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Tahun 2019" dianalisis menggunakan konsep Diplomasi Budaya dan konsep Diplomasi Publik Baru. Fokus dari penelitian ini yaitu menganalisis bagaimana pelaksanaan dari program yang dibentuk Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia "Teko Nang Jawa" sehingga program tersebut dapat dikategorikan sebagai diplomasi budaya dan diplomasi publik. Kartikasari melalui karyanya menjelaskan bahwa diplomasi budaya dapat dilaksanakan dengan berbagai cara diantaranya adalah Konferensi, Eksibisi, Kompetisi Kebudayaan, Negosiasi, dan pertukaran misi. Program "Teko Nang Jawa" dapat dikatakan sebagai diplomasi budaya karena pelaksanaannya berbentuk eksibisi seni budaya dan juga kompetisi seni budaya non-benda. Sementara jika dilihat melalui Konsep Diplomasi Publik Baru, program "Teko Nang Jawa" juga memenuhi karakteristik yang dituliskan oleh Falk Hartig baik dari segi aktor maupun memanfaatkan ilmu pengetahuan teknologi.

Kata kunci: Diplomasi Budaya, Diplomasi Publik Baru, Kebudayaan Korea Selatan, *Teko Nang Jawa*

## Abstract

**T**he research entitled "Program "Teko Nang Jawa" Sebagai Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Tahun 2019" was analyzed using cultural diplomacy and new public diplomacy concepts. The research focused on the program has been formed by the Embassy of South Korea in Indonesia, "Teko Nang Jawa". This research also analyzed how was the "Teko Nang Jawa" implemented, so that it can be categorized as South Korea's cultural diplomacy and public diplomacy in Indonesia. Kartikasari through her book explained that cultural diplomacy can be carried out in several ways including conference, exhibition, cultural competition, negotiate, and exchange programs. The "Teko Nang Jawa" program can be categorized as cultural diplomacy because of its implementation that takes the form of cultural arts exhibitions and cultural arts competitions. Then, if the program viewed through the New Public Diplomacy concept, "Teko Nang Jawa" also fulfils the characteristics of new public diplomacy that written by Falk Hartig, both in terms of actors and the use of technology.

Keywords: Cultural Diplomacy, New Public Diplomacy, South Korea's Culture, *Teko Nang Jawa*.

## I. PENDAHULUAN

**K**orea Selatan merupakan salah satu negara yang tengah gencar melakukan *cultural diplomacy* atau diplomasi kebudayaan. Upaya penyebaran budaya Korea Selatan sendiri tidak bisa lepas dari salah satu instrumen pendukungnya yakni *korean wave* atau '*hallyu*'. Pemerintah Korea Selatan pun banyak berkontribusi dalam upaya penyebaran kebudayaan Korea Selatan melalui *korean wave* sehingga *korean wave* dapat menyebar ke seluruh dunia. Dengan kata lain, *korean wave* dijadikan sebagai strategi pemerintah Korea Selatan untuk mempromosikan kebudayaan negara Korea Selatan. Dengan adanya ekspansi kebudayaan tersebut maka secara tidak langsung akan mempengaruhi peningkatan di sektor lain misalnya di sektor pariwisata, lalu dengan berhasilnya '*hallyu*' juga maka akan meningkatkan laju perekonomian Korea Selatan dan otomatis akan menambah kekuatan politik Korea Selatan dalam hubungan internasional (Pramadya & Oktaviani, 2016). Selain peningkatan di berbagai sektor, Korea Selatan juga diuntungkan dengan adanya diplomasi publik melalui *Korean wave* tersebut karena citra negara Korea

Budaya menjadi salah satu sektor yang saat ini menjadi salah satu focus diplomasi Korea Selatan di Indonesia. Untuk memudahkan penyebaran kebudayaan dari Korea Selatan di Indonesia, Korea Selatan membentuk *Korea Cultural Center* Indonesia. Dengan dibentuknya *Korea Cultural Center* Indonesia ini membantu pemerintah Korea Selatan untuk menyebarkan dan memperkenalkan kebudayaan negaranya di Indonesia. Selain itu, pembentukan *Korea Cultural Center* juga bertujuan untuk meningkatkan hubungan persahabatan antara dua negara melalui pertukaran budaya dan sumber daya manusia sehingga dapat meningkatkan pemahaman tentang dua negara (Korean Cultural Center Indonesia, t.t).

Salah satu program yang dilaksanakan yakni "*Teko Nang Jawa*". Kata "Teko" dalam bahasa Jawa artinya "datang", jadi "*Teko Nang Jawa*" diartikan sebagai "datang ke Jawa". Namun kata "TeKo" juga bermakna ganda yakni merupakan akronim dari "Teman Korea" jika dijabarkan menjadi "Teman Korea di Jawa". Program tersebut diadakan pada bulan September tahun 2019 di beberapa kota di Pulau Jawa seperti Jakarta, Cirebon, Brebes, Solo, serta Surabaya dan setiap kota pemberhentian diadakan acara kebudayaan Korea Selatan yang dapat diikuti masyarakat setempat (Korean Cultural Center Indonesia, t.t). Program ini merupakan program pengenalan budaya pertama yang dilakukan kedutaan besar asing yang ada di Indonesia yang menggunakan tur menggunakan bus untuk mengelilingi kota-kota Pulau Jawa atau setara 1.000 kilometer. Program "*Teko Nang Jawa*" yang diadakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea Selatan, *Korea Cultural Center*, dan instansi lain. Selain aktor dari pemerintah, program ini juga mengikut sertakan *content creator*

*YouTube*, Jang Hansol atau Korea Reomit yang merupakan *YouTuber* asal Korea Selatan yang fasih berbahasa Jawa dan sering memberikan informasi tentang Korea Selatan, disana ia membantu promosi kegiatan tersebut dengan harapan dapat menarik minat masyarakat (Tempo, 2019).

Penelitian ini membahas tentang program “*Teko Nang Jawa*” sebagai salah satu strategi diplomasi Korea Selatan melalui keunikan dari program “*Teko Nang Jawa*” yang digelar di beberapa kota di Pulau Jawa dengan mengusung Keunikan lainnya yakni konsep *to* menggunakan bus ke berbagai kota di pulau Jawa sejauh 1000km.

## II. Metode Penelitian/Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisis mengenai implementasi diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan di Indonesia melalui program atau event “*Teko Nang Jawa*” penulis menggunakan dua konsep berkaitan yakni konsep diplomasi budaya dan konsep diplomasi public baru atau *new public diplomacy*. Konsep diplomasi budaya dapat diartikan sebagai berbagai usaha yang dilakukan suatu negara untuk mencapai kepentingan negaranya melalui dinamika kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian, maupun secara makro, contohnya seperti propaganda dan lain-lain. Diplomasi kebudayaan dianggap sebagai cara yang paling efektif yang dilakukan oleh negara-negara untuk mencapai kepentingan nasional negaranya, hal tersebut karena diplomasi budaya dapat dilakukan pada kondisi apapun seperti perang ataupun dalam kondisi damai (Kartikasari, 2016). Kartikasari dalam bukunya yang berjudul *Diplomasi Kebudayaan* menjelaskan bahwa diplomasi kebudayaan dalam kondisi damai dapat dijalankan melalui beberapa bentuk:

- a. Eksibisi (seni, produk industri, olahraga);
- b. Kompetisi;
- c. Pertukaran misi, berupa pertukaran delegasi untuk belajar di negara lain dengan tujuan untuk belajar agar mendapatkan pengetahuan dan informasi untuk negara asal delegasi;
- d. Negosiasi;
- e. Konferensi, sebuah pertemuan atau perundingan untuk bertukar pikiran dalam menyelesaikan suatu permasalahan.

Konsep yang digunakan selanjutnya adalah konsep diplomasi publik baru. Menurut Melissen dalam karyanya yang berjudul *The New public diplomacy: Between Theory and Practice*, berpendapat bahwa diplomasi publik baru merupakan pembaharuan dari konsep diplomasi publik, yang membedakan dari konsep diplomasi publik baru dengan diplomasi

publik lama yakni adanya andil dari aktor non-negara baik individu maupun kelompok dalam proses diplomasi publik yang memungkinkan adanya interaksi dua arah, sehingga memungkinkan diplomasi tersebut terjadi lebih interaktif (Melissen, 2005). Diplomasi publik baru biasanya berkaitan dengan tiga hal yakni propaganda, kebudayaan, dan *nation branding*, namun dari tiga poin tersebut diplomasi publik baru lebih erat kaitannya dengan hubungan kebudayaan.

. Falk Hartig dalam artikelnya "*New public diplomacy Meets Old Public Diplomacy – the Case of China and Its Confucius Institutes*" menjelaskan perbedaan diplomasi publik tradisional dan diplomasi publik baru.

Tabel 1. Tabel perbedaan diplomasi publik tradisional dan diplomasi publik

<b>KARAKTERISTIK DOMINAN</b>	<b>DIPLOMASI PUBLIK TRADISIONAL</b>	<b>DIPLOMASI PUBLIK BARU</b>
Identitas aktor internasional	Negara	Negara dan non negara.
Teknologi	- <i>Shortwave</i> radio - Koran cetak - Telepon kabel	- Satelit dan internet - <i>Real-Time news</i> - Telepon genggam
Media <i>environment</i>	Terdapat batasan jelas antara informasi atau berita dengan lingkup domestik dan dengan lingkup internasional.	Tidak terdapat batasan jelas antara informasi atau berita dengan lingkup domestik dan dengan lingkup internasional.
Sumber pendekatan	Perkembangan dari advokasi politik dan teori propaganda.	Perkembangan dari <i>corporate branding</i> dan pembangunan hubungan.
Terminologi	- Citra Internasional - Prestise	- <i>Soft power.</i> - <i>Nation branding.</i>
Struktur Peran	<i>Top-Down</i> , dari aktor ke masyarakat.	<i>Horizontal</i> , yang di fasilitasi oleh aktor.
Sifat dari peran	Pesan yang ditargetkan.	Pembangunan hubungan.

Sumber: Falk Hartig dalam Rahardjo&Affandi, 2019.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tipe deskriptif-analitik yaitu penelitian yang menggunakan pola penggambaran keadaan fakta empiris disertai argumen

yang relevan (Sarwono, 2006). Adapun data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil wawancara dari berbagai pihak yang terlibat dalam program *Teko Nang Jawa* sedangkan data sekunder bersumber pada literature, artikel ilmiah, web, surat kabar dll.

### **III. Analisis dan Pembahasan**

#### **A. Program Diplomasi Publik “*Teko Nang Jawa*”**

**P**rogram diplomasi publik ini memiliki arti tersendiri. Kata “Teko” dalam bahasa Jawa artinya “datang”, jadi “*Teko Nang Jawa*” diartikan sebagai “datang ke Jawa”. Namun kata “TeKo” juga bermakna ganda yakni merupakan akronim dari “Teman Korea” jika dijabarkan menjadi “Teman Korea yang datang ke Jawa”. Program tersebut diadakan selama enam hari pada tanggal 2-7 September tahun 2019 dengan menggunakan konsep roadshow. “*Teko Nang Jawa*” diadakan di beberapa kota di Pulau Jawa seperti Jakarta, Cirebon, Brebes, Solo, serta Surabaya dan setiap kota pemberhentian diadakan acara kebudayaan Korea Selatan yang dapat diikuti masyarakat setempat. Program diplomasi publik “*Teko Nang Jawa*” dicetuskan oleh Kedutaan Besar Republik Korea Selatan untuk Indonesia bekerjasama dengan lembaga atau institusi lain seperti *Korean Cultural Center* (KCC) yang merupakan institusi yang menangani seluruh aktivitas kebudayaan Korea di Indonesia, *Korea Tourism Organization* (KTO), dan juga *Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corp* (Kedutaan Korea Selatan untuk Indonesia, 2019). Roadshow yang menempuh jarak 1.000 km ini membawa pula food truck yang berisi makanan khas Korea Selatan untuk diperkenalkan sekaligus menampilkan You Tuber asal Korea Selatan, Jang Hansol yang fasih berbahasa Indonesia dan Bahasa Jawa cukup populer dikalangan remaja karena content You Tube nya banyak mengenalkan budaya Korea Selatan dan aktivitas *Teko Nang Jawa* juga masuk ke dalam konten You Tube nya (Tempo,2019)

Program “*Teko Nang Jawa*” dimulai dengan adanya pre-event yang berisi kompetisi pembuatan logo dan poster resmi yang berisi promosi program *Teko Nang Jawa* yang dilakukan jauh hari sebelum program dilaksanakan yakni dimulai pada 28 Juni 2019 hingga 30 Juli 2019. Adapun ketentuan dari kompetisi pembuatan logo program “*Teko Nang Jawa*” 2019 yakni memuat promosi dari program “*Teko Nang Jawa*” dan juga logo dan poster tersebut harus mempromosikan hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan dan kebudayaannya (Korean Cultural Center, 2019). Selanjutnya dilakukan rekrutmen peserta dalam “*Hallyu Come On'*” yang merupakan agenda atau acara tahunan yang diselenggarakan oleh KCC, dimana dalam acara tersebut KCC sebagai pusat kebudayaan Korea Selatan yang ada di Indonesia memberikan wadah

untuk komunitas-komunitas pecinta kebudayaan Korea Selatan yang ada di seluruh daerah di Indonesia untuk berkompetisi berupa modern dance, cover lagu K-Pop dan video terkait kebudayaan Korea lainnya. Rekrutmen peserta *Teko Nang Jawa* juga bekerjasama dengan komunitas yang ada di kota yang akan dikunjungi seperti tari yang ada di Cirebon, komunitas tari dan musik tradisional di Brebes, komunitas Taekwondo yang ada di Surabaya, dan lain-lain (Korean Cultural Center Indonesia, 2019)

Kota pertama tujuan program ini adalah Cirebon Di Cirebon ,KCC beserta Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia telah menyiapkan serangkaian acara antara lain "*Cirebon Coastal Clean-up Campaign*" di Pantai area Jalan Ambon kawasan Pelabuhan Cirebon. Kegiatan tersebut merupakan kampanye kebersihan lingkungan khususnya di Pantai Cirebon dengan bekerjasama dengan pihak terkait yang ada di Cirebon (Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia, 2019). Acara *K-Food in Cirebon* menyediakan makanan khas *tteokbokki* ,*eomuk* atau kue ikan dan *bibimbab* berukuran raksasa yang dinikmati oleh masyarakat dan delegasi yang hadir di acara *Cirebon Coastal Clean-up Campaign*. (Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia, 2019). Kegiatan lainnya adala *Hallyu Come On 2019* dan *KCC Goes to Cirebon* di Trans Studio Mini Cirebon. Kegiatan ini diadakan dengan bekerjasama dengan komunitas *hallyu* yang ada di Cirebon bernama Fortune Entertainment.

Kota selanjutnya adalah Brebes, dimana kegiatan *Teko Nang Jawa* dilakukan di sebuah perusahaan Korea di Brebes yang mempekerjakan lebih dari 5.000 WNI. Acara yang diberi nama "Gempita Dua Budaya" menyajikan makanan khas Korea Selatan melalui *food truck* yang disediakan, penampilan tarian dan music dan lagu Arirang yang diiringi dengan alat musik tradisional gamelan (Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia, 2019).

Delegasi *Teko Nang Jawa* berlanjut ke Solo dan menghadiri *Solo International Performing Arts* (SIPA) yang merupakan salah satu pagelaran kebudayaan berskala internasional. Dalam event tersebut,KCC menyediakan stand atau booth tentang kebudayaan Korea Selatan yang bisa dikunjungi oleh masyarakat.Dalam booth itu diperkenalkan permainan, pakaian tradisional, tulisan Korea atau *Hangeul*, maupun makanan tradisional khas Korea. Ada pula seniman yang berasal dari Gyeonggi Korea Selatan dan membawakan berbagai macam tarian tradisional Korea Selatan.

Kota Surabaya yang merupakan tujuan terakhir dari "*Teko Nang Jawa*", rangkaian acara diadakan selama dua hari. Pada tanggal 6 September 2019 di Gedung Rektorat UNESA Surabaya dilaksanakan kegiatan bernama "*Special Seminar on Korean Culture and History*" yang membahas budaya Korea dan sejarah diplomasinya di Indonesia. Acara lainnya adalah "*Teko Nang Jawa K-Food & Taekwondo*" sekaligus menjadi penutupan dari

keseluruhan program “*Teko Nang Jawa*”. Sama dengan acara sebelumnya, di dalam acara ini, pengunjung diperkenalkan dengan berbagai kebudayaan Korea Selatan baik kuliner, permainan tradisional dan lain-lain. Selain pameran kebudayaan, dalam acara tersebut pun diselenggarakan perlombaan taekwondo.

Pencapaian atau keberhasilan yang dicapai dari adanya program tersebut yakni tingginya antusiasme masyarakat untuk mengunjungi acara yang merupakan bagian dari “*Teko Nang Jawa*” dapat dibuktikan dengan jumlah pengunjung acara di tiap kota yang mencapai kurang lebih 1000-2000 pengunjung di acara pertunjukan kebudayaan yang diadakan (Media Indonesia, 2019). (hasil wawancara pengunjung “*Teko Nang Jawa*”, 2020). Keberhasilan lain dari program “*Teko Nang Jawa*” yakni program “*Teko Nang Jawa*” berhasil memenangkan “Kontes Praktik Diplomasi Publik Terbaik” di Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan mengumumkan hasil tersebut melalui Pertemuan ke-3 Komite Diplomasi Publik Korea Selatan yang diadakan oleh Menteri luar negeri Korea Selatan yakni Kang Kyung-hwa pada 13 Desember 2019. Program tersebut dianggap sebagai program diplomasi publik terbaik yang dilakukan oleh kedutaan besar Korea Selatan di luar negeri karena program tersebut memiliki keunikan sendiri selain dengan melakukan kerjasama antara instansi kebudayaan atau yang berkaitan di Indonesia tapi program tersebut juga semakin menarik dengan adanya YouTuber terkenal yang secara aktif ikut mempromosikan acara tersebut menggunakan media digital (Yonhap News, 2019).

Namun dalam pencapaian yang dinilai sangat baik tersebut, ada juga kendalanya, karena tingginya jumlah partisipan yang hadir selama pelaksanaan “*Teko Nang Jawa*” membuat penyelenggara sedikit kesulitan untuk mengatur antrean pengunjung terutama yang ingin menikmati berbagai pengalaman kebudayaan Korea Selatan yang disediakan dalam booth yang disediakan penyelenggara. Selain itu, karena tingginya jumlah pengunjung yang hadir di setiap booth dan jumlahnya tidak sesuai dengan jumlah dari barang yang disiapkan penyelenggara, akibatnya barang di booth kebudayaan terutama booth kuliner khas Korea Selatan yang berisi camilan dan makanan yang disediakan cepat habis dan banyak pengunjung yang belum sempat menikmatinya. Sehingga bahkan sebelum berakhirnya rangkaian acara “*Teko Nang Jawa*”, booth yang disediakan sudah kosong (Hasil wawancara pengunjung, 2019).

## **B. Analisis Program “*Teko Nang Jawa*”**

**U**paya diplomasi budaya dan diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Korea Selatan di Indonesia melalui program “*Teko (Teman Korea) Nang Jawa*” dapat dibuktikan melalui konsep Diplomasi Budaya dan Diplomasi Publik Baru atau *New Public Diplomacy*. Pada Bab I dijelaskan, bahwa diplomasi budaya

dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti Eksibisi, Kompetisi, Pertukaran misi dengan mengirimkan delegasi dari kedua negara untuk mempelajari kebudayaan atau pertukaran pelajar, Negosiasi, dan juga Konferensi. Program "*Teko Nang Jawa*" sendiri dapat dikategorikan sebagai diplomasi budaya karena pelaksanaannya berbentuk eksibisi atau pameran seni budaya Korea Selatan baik yang berbentuk benda maupun non-benda seperti tari dan lagu kepada masyarakat di kota-kota yang menjadi tujuan dari program tersebut. Selain melalui eksibisi, dalam program "*Teko Nang Jawa*" pengenalan budaya dilakukan melalui kompetisi yang ada di rangkaian kegiatan selama acara dari "*Teko Nang Jawa*" berlangsung, seperti kompetisi bela diri Taekwondo dan kompetisi dance yang menggunakan lagu-lagu K-Pop.

Selain dapat dianalisis melalui konsep diplomasi budaya, program "*Teko Nang Jawa*" juga dapat dilihat melalui konsep diplomasi publik. Namun, dalam hal ini konsep diplomasi publik yang berkaitan atau yang memiliki korelasi yang sama dengan pelaksanaan program "*Teko Nang Jawa*" adalah diplomasi publik baru atau *new public diplomacy*. Program "*Teko Nang Jawa*" dilaksanakan dengan kolaborasi antara aktor negara dengan aktor non-negara atau publik asing. Dengan dijadikannya publik asing sebagai aktor dari pelaksanaan diplomasi publik menandakan adanya struktur peran yang horizontal, artinya baik aktor negara dan non-negara memiliki peranan yang penting dalam proses terjadinya diplomasi publik. Pada pelaksanaan "*Teko Nang Jawa*" penyelenggara dari program tersebut yakni Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia dan juga Korean Cultural Center mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan diplomasi publik melalui "*Teko Nang Jawa*", masyarakat berpartisipasi dalam pembentukan logo dan poster resmi dari "*Teko Nang Jawa*" selain itu sebelum pelaksanaan dari program tersebut, pelaksana mengajak masyarakat dan juga komunitas-komunitas seniman di Indonesia untuk berpartisipasi di pameran kebudayaan dalam rangkaian acara "*Teko Nang Jawa*". Peranan yang horizontal tersebut membuat interaksi yang dihasilkan dan dilakukan bersifat dua arah dan lebih menekankan pada pembangunan hubungan antar aktor. Karena bersifat dua arah, maka interaksi yang terjadi lebih interaktif, dalam pelaksanaan "*Teko Nang Jawa*" hubungan interaktif juga terjadi antar aktor misalnya dengan adanya dukungan fitur live chat melalui media sosial yang membuat masyarakat yang tidak bisa mengikuti atau akan mengikuti kegiatan tersebut tetap dapat informasi dan berpartisipasi.

Adanya perkembangan dari ilmu pengetahuan dan teknologi, membuat program "*Teko Nang Jawa*" juga banyak memanfaatkan media internet dan juga publikasi secara *Real-Time*. Dibuktikan dengan selama pelaksanaan program "*Teko Nang Jawa*", penyelenggara dan pengunjung banyak yang mendokumentasikan kegiatan dari program

tersebut melalui *social media* melalui hashtag #TekoNangJawa #TemanKoreaNangJawa dan #loveTekoNangJawa. Selain melalui hashtag dari pengunjung dan juga penyelenggara, program “*Teko Nang Jawa*” juga didokumentasikan dalam *channel* YouTube dari Jang Hansol. Lalu, semua informasi terkait program tersebut baik dokumentasi maupun artikel berita dipublikasikan secara *real-time* atau di waktu yang sama dengan berlangsungnya kegiatan tersebut. Hal itu membuat masyarakat baik masyarakat sekitar bahkan dunia internasional dapat mengetahui pelaksanaan diplomasi publik “*Teko Nang Jawa*”. Lalu, menurut Falk Hartig dalam *New Public Diplomacy Meets Old Public Diplomacy – the Case of China and Its Confucius Institutes* menjelaskan bahwa diplomasi publik baru merupakan *nation branding*. Pelaksanaan program “*Teko Nang Jawa*” sangat berkontribusi terhadap *branding* dari Korea Selatan di Indonesia terutama dari segi kebudayaan baik itu tarian, kuliner, permainan tradisional, bahkan lagu serta pariwisata Korea Selatan. Dalam setiap kegiatan selama program “*Teko Nang Jawa*” berlangsung, masyarakat diperlihatkan bagaimana gambaran kebudayaan dari Korea Selatan yang membuat ketertarikan dan pengetahuan masyarakat meningkat.

#### **IV. Kesimpulan**

“*Teko Nang Jawa*” merupakan salah satu program yang dibentuk oleh Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia beserta Korean Cultural Center Indonesia (KCCI), Korean Tourism Organization (KTO), dan juga Korea Agrofiseries & Food Trade Corp sebagai implementasi diplomasi publik dan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Penggunaan nama “*Teko Nang Jawa*” sendiri memiliki arti Teman Korea yang datang ke Jawa dimana hal tersebut sesuai dengan konsep dari program tersebut yakni konsep roadshow ke kota-kota di Pulau Jawa dan menempuh jarak sekitar 1000 kilometer. Pemilihan Pulau Jawa sebagai fokus tujuan dari program tersebut dikarenakan Pulau Jawa dianggap sebagai lokasi yang efektif untuk memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan di Indonesia karena sebagian besar lebih dari setengah populasi masyarakat di Indonesia ada di Pulau Jawa, namun pelaksanaannya sendiri tidak sama seperti program diplomasi lainnya yang selalu diadakan di ibukota Jakarta dan kota sekitarnya. Program “*Teko Nang Jawa*” juga berfokus memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan di kota-kota kecil di Pulau Jawa yang jarang dijadikan destinasi program dari kedutaan besar asing yang ada di Indonesia.

Program diplomasi publik “*Teko Nang Jawa*” diadakan selama kurang lebih satu minggu di lima kota berbeda yang ada di Jawa. Roadshow diplomasi publik tersebut dimulai dari kota Jakarta, Cirebon, Brebes, Solo, dan berakhir di kota Surabaya. Dalam pelaksanaan program tersebut, delegasi dari program “*Teko Nang Jawa*” menggunakan bus khusus “*Teko Nang Jawa*” dan didesign dengan berbagai gambar yang berkaitan dengan program tersebut seperti

logo, slogan, serta gambar dari brand ambassador dari pariwisata Korea Selatan yakni idol grup EXO dan Astro. Dalam bus tersebut juga terdapat design yang mencerminkan peringatan kerjasama dari Korea Selatan dengan ASEAN yang ke-30 tahun.

Dalam pelaksanaannya selama kurang lebih satu minggu, program tersebut mengadakan berbagai macam acara kebudayaan di setiap kota pemberhentian. Hal tersebut bermaksud untuk memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan ke masyarakat Indonesia dan juga sebaliknya. Acara yang dilakukan di kota pemberhentian adalah acara kebudayaan baik penampilan kebudayaan non-bendawi seperti seni tari, seni bela diri ataupun kebudayaan lain seperti permainan tradisional Korea Selatan dan juga kuliner tradisional khas Korea Selatan. Selain kebudayaan, dalam rangkaian acara atau program "*Teko Nang Jawa*" juga diadakan beberapa kegiatan lain seperti kampanye kebersihan lingkungan yang bekerjasama dengan pemerintah daerah kota Cirebon. Program diplomasi publik "*Teko Nang Jawa*" berhasil dilakukan oleh pihak penyelenggara yakni Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia, Korean Cultural Center, dan institusi atau lembaga lain yang berkaitan. Keberhasilan dari program "*Teko Nang Jawa*" dilihat dari banyaknya pengunjung yang hadir di tiap acara yang diadakan dan banyaknya permintaan masyarakat yang menginginkan agar program yang sama dapat diadakan di kota-kota lain yang berbeda. Selain itu, Program "*Teko Nang Jawa*" juga ditetapkan oleh Menteri Luar Negeri Korea Selatan menjadi program diplomasi publik terbaik yang diadakan kedutaan besar Korea Selatan di luar negeri karena keunikannya.[].

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Kartika, T. 2016. *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Republik Korea. 2012. *Korea: Dulu & Sekarang*. Seoul: Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Republik Korea.
- Mas'oeed, M. 1990. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.
- Melissen, J. 2005. *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Miles & Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.
- Nye, J. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffair
- Roy, S. 1991. *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali Press.

Sarwono, J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Schneider, C. P. 2005. *Culture Communicates: US Diplomacy That Works. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.

## **Jurnal**

Alam dan Nyarimun. 2017. Musik K-Pop Sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan. *Jurnal International & Diplomacy Universitas Satya Negara Indonesia*, Vol. 3, No. 1: halaman 75-94.

Budiyono. 2013. Penelitian Kualitatif Proses Pembelajaran Menulis: Pengumpulan dan Analisis Datanya. *Pena*, 3(2): halaman 2-15.

Hartig, Falk. 2014. New Public Diplomacy Meets Old Public Diplomacy – The Case of China and Its Confucius Institutes. *New Global Studies*, 8(3): halaman 331-352.

Pramadya dan Oktaviani. "Hallyu" Korean Wave as Part of South Korea's Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. *Jurnal Dinamika Global*, Volume 01 No. 1: halaman 87-106.

Racharjo, P. M., & Affandi, R. N. 2019. Diplomasi Publik Baru dalam Penyajian Informasi dan Gambaran Budaya Jepang oleh Saluran Youtube 'only in Japan'. *Padjadjaran Journal of International Relations (PJIR)*, Vol. 1 No. 1: halaman 3-22.

Sajow, T. A. 2016. Diplomasi Kebudayaan Pemerintah Indonesia Melalui Program Kemendikbud di Perancis. *E-Journal HI Universitas Mulawarman*, Vol.4 No.1: halaman 64-72.

Sofia Trisni, et al., 2012. Pencapaian Kepentingan Korea Selatan melalui Diplomasi Publik Korean Waves. *Jurnal Global & Strategis Universitas Andalas*, Vol.12 No. 2: halaman 131-140.

Triwahyuni, et al., 2014. Diplomasi Budaya Korea Selatan-Indonesia di Indonesia. *Global Political Study Journal*, Volume 3 No. 2: halaman 32-42.

Trolan, J. 2017. A Look into Korean Popular Culture and Its Tourism Benefit. *International Journal of Educational Policy Research and Review* Vol.4 (9): halaman 203-209

Zahidi, M. Syaprin. 2016. KSCC dan Diplomasi Budaya Korea. *Jurnal Insignia Universitas Jenderal Soedirman*, Vol. 3, No. 1: halaman 44-57.

## **Web**

A, Rosita. (2019, 26 Januari). 10 Restoran Korea Paling Lezat dan Halal. Diakses pada 4 Februari 2020 melalui IDN Times.: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/andi-aris/10-restoran-korea-paling-lezat-dan-halal-1/full>

Agung. (2019, 1 Oktober). Agenda Kebudayaan Korea Tahunan, Korea Festival 2019. Diakses pada 4 Februari 2020 melalui wartalika :

<https://wartalika.id/news/jelajah/2019/10/01/agenda-kebudayaan-korea-tahunan-korea-festival-2019>

<https://www.antaraneews.com/berita/380062/park-geun-hye-ingin-bertemu-yudhoyono-di-sela-sela-apec>

<https://www.liputan6.com/global/read/4053024/alasan-brebes-jadi-kota-pilihan-dubes-korea-selatan-untuk-teko-nang-jawa>

<https://www.liputan6.com/global/read/4053017/30-tahun-kerja-sama-dengan-asean-korsel-luncurkan-teko-nang-jawa>

<https://www.antaraneews.com/berita/87018/yudhoyono-kembali-bertemu-ban-ki-moon>

<https://maritim.go.id/aksi-bersih-pantai-cirebon-digelar-dalam-rangkaian-peringatan/>

<https://www.antaraneews.com/berita/1041096/dubes-korsel-start-tur-budaya-teko-nang-jawa>

<https://www.kemenpar.go.id/post/memorandum-saling-pengertian-antara-kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-republik-indonesia-da>

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180313183656-220-282703/perjalanan-drama-korea-dari-alat-pemerintah-jadi-budaya-pop>

[https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/9407/KIEPopinions\\_no146.pdf?sequence=1](https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/9407/KIEPopinions_no146.pdf?sequence=1)

<http://hiburan.dreamers.id/article/32416/ini-alasan-rcti-undang-super-junior-m-di-ulang-tahunnya-yang-ke-25>

<http://www.cirebonkota.go.id/dominasi-sampah-di-pantai-kota-cirebon-segera-buatkan-perda-pembatasan-penggunaan-kantong-plastik/>

<https://mediaindonesia.com/read/detail/258028-teko-nang-jawa-mampir-di-solo>

<https://mediaindonesia.com/read/detail/257529-tur-teko-nang-jawa-disambut-hangat-di-cirebon>

[http://overseas.mofa.go.kr/id-id/brd/m\\_2707/view.do?seq=76](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/brd/m_2707/view.do?seq=76)

<https://sdppi.kominfo.go.id/berita-pertemuan-bilateral-indonesia-dan-korea-selatan-dalam-peningkatan-kerjasama-26-880>

<https://asean.org/20th-anniversary-celebrations-of-asean-republic-of-korea-relations-asean-secretariat-28-may-2009/>

<http://www.kememparekraf.go.id/index.php/event/solo-international-performing-art>

[http://overseas.mofa.go.kr/id-id/brd/m\\_2706/view.do?seq=756107&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi\\_itm\\_seq=0&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&company\\_cd=&company\\_nm=](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/brd/m_2706/view.do?seq=756107&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=)

[http://ind.mofa.go.kr/id-id/brd/m\\_2706/view.do?seq=756112&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi\\_itm\\_seq=0&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&comp](http://ind.mofa.go.kr/id-id/brd/m_2706/view.do?seq=756112&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&comp)

any\_cd=&company\_nm=

h t t p : / / o v e r s e a s . m o f a . g o . k r / i d -  
id/brd/m\_2706/view.do?seq=756106&srchFr=&srchTo=&srchWord=&  
srchTp=&multi\_itm\_seq=0&itm\_seq\_1=0&itm\_seq\_2=0&compa  
ny\_cd=&company\_nm=

h t t p : / / i d n . m o f a . g o . k r / i d -  
id/brd/m\_2706/view.do?seq=756109&srchFr=&srchTo=&srchWord=&  
srchTp=&multi\_itm\_seq=0&itm\_seq\_1=0&itm\_seq\_2=0&compa  
ny\_cd=&company\_nm=

<https://www.unesa.ac.id/unesa-siap-dirikan-pusat-studi-bahasa-korea>

Acara/Pameran. (t.t) Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui Korea Cultural Center Indonesia:  
<http://id.korean-culture.org/id/486/board/232/list>

Aryani, GNC. (2013, 14 Juni) . Park Geun-hye Ingin Bertemu Yudhoyono di Sela-sela APEC.  
Diakses pada 4 Februari 2020 melalui Antara News.

Augusti, Afra. (2019, 3 September). Alasan Brebes Jadi Kota Pilihan Dubes Korea Selatan  
untuk Teko Nang Jawa. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Liputan 6:

Augusti, Afra. (2019, 2 September). 30 Tahun Kerjasama dengan ASEAN, Korsel Luncurkan  
Teko Nang Jawa. Diakses pada 4 Februari 2020 melalui Liputan 6:

Bawhy. (2007, 15 Desember). Yudhoyono Kembali Bertemu Ban Ki Moon. Diakses pada 4  
Februari 2020 melalui Antara News.:

Biro Perencanaan dan Informasi Kementerian Kemaritiman dan Investasi. (2019, 3  
September). Aksi Bersih Pantai Cirebon Dilakukan dalam Rangkaian Peringatan Hari  
Jadi yang Pertama MTCRC. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kementerian  
Kemaritiman dan Investasi:

Difa, Yashinta. (2019, 2 September) . Dubes Korsel Start Tur Budaya "Teko Nang Jawa".  
Diakses pada 4 Februari 2020 melalui Antara News.:

Hubungan Bilateral. (t.t.). Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui Kementerian Luar Negeri  
Republik Indonesia: [https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan\\_bilateral/558/etc-  
menu](https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu)

Jung-jin, Lee. (2019, 13 Desember). "Proyek Perjalanan Pulau Jawa Indonesia" Terpilih  
Sebagai Diplomasi Publik Terbaik. Diakses pada 4 Maret 2020 melalui Yonhap News:  
[yna.co.kr/view/AKR20191213141200504](http://yna.co.kr/view/AKR20191213141200504)

Kemenpar Indonesia. (2013 14 Oktober). Hasil dari Memorandum Saling Pengertian antara  
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dengan  
Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Republik Korea. Diakses pada 4  
Februari 2020 melalui Kemenpar Indonesia:

- Khoiri, Agniya. (2018, 18 Maret). Perjalanan Drama Korea dari Alat Pemerintah jadi Budaya Pop. Diakses pada 1 Februari 2020 melalui CNN Indonesia:
- Kompetisi Logo & Poster "Teman Korea (TeKo) Nang Jawa"!. (2019, 28 Juni). Diakses pada 2 Maret 2020 melalui Korean Cultural Center Indonesia: <http://id.korean.culture.org/id/486/board/232/read/97743;jsessionid=CT1clkPI5SR0Yth6GSI+kem.kocc20>
- Kustiani, R. (2019, 2 September). Teko Nang Jawa, Cara Unik Duta Besar Korea Selatan Promosi Wisata. Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui melalui Tempo.co.: <https://travel.tempo.co/read/1243028/teko-nang-jawa-cara-unik-duta-besar-korea-selatan-promosi-wisata>
- Kwak, Sungil. (2018. 12 November). Koreas New Southern Policy: Vision and Challenges. Korea Institute of International Economic Policy Opinions, Diakses pada 3 Maret 2020 melalui ThinkAsia:
- Ningcil. (2014. 22 Juli). Ini Alasan RCTI Undang Super Junior di Ulangtahunnya yang Ke-25. Diakses pada 1 Februari 2020 melalui Dreamers ID.
- Pemerintah Kota Cirebon. (2019, 3 September). Dominasi Sampah di Pantai, Kota Cirebon Segera Buat Perda Pembatasan Penggunaan Kantong Plastik. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Pemerintah Kota Cirebon:
- Purnama, Basuki Eka. (2019, 8 September). Teko Nang Jawa Mampir di Solo. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Media Indonesia:
- Purnama, Basuki Eka. (2019, 5 September). Tur Teko Nang Jawa Disambut Hangat di Cirebon. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Media Indonesia:
- Press Release "Teko Nang Jawa". (2019, 29 Agustus). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Republik Korea Selatan untuk Indonesia:
- Sejarah Hubungan Diplomatik. (t.t.). Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui Kedutaan Republik Korea Selatan untuk Indonesia: [http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2717/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2717/contents.do)
- Siaran Pers. (2009, 7 Maret). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos Kominfo:
- Statements & Communiques. (2009, 28 Mei). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Association of Southeast Asian Nations:
- Solo International Performing Arts 2019. (2019, 5 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kementerian Pariwisata Republik Indonesia:
- Teko Nang Jawa, Cirebon Coastal Clean-up Campaign. (2019, 4 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia: [o v e r s e a s . m o f a . g o . k r / i d -](http://overseas.mofa.go.kr/id-)

id/brd/m\_2706/view.do?seq=756105&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi\_itm\_seq=0&itm\_seq\_1=0&itm\_seq\_2=0&company\_cd=&company\_nm=&page=4

Teko Nang Jawa, Gempito Duo Budoyo. (2019, 5 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia:

Teko Nang Jawa, K-Food & Taekwondo di Surabaya. (2019, 9 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia:

Teko Nang Jawa, K-Food in Cirebon. (2019, 4 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia:

Teko Nang Jawa, Menghadiri pembukaan "SIPA : Solo International Performing Arts 2019" dan stan "KCC goes to Solo". (2019, 6 September). Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Kedutaan Besar Korea Selatan untuk Indonesia:

Tujuan Pendirian. (t.t). Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui Korean Cultural Center Indonesia: <http://id.korean-culture.org/id/6/contents/341>

Unesa Surabaya. (2019, 7 September). Unesa Siap Dirikan Pusat Studi Bahasa Korea. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui Universitas Negeri Surabaya:

Vission and Mission. (t.t.). Diakses pada 1 Oktober 2019 melalui Korean Culture and Information Service: <http://www.kocis.go.kr/eng/openVision.do>

Wira, Ni Nyoman. (2019, 1 Oktober). Korea Festival 2019 Ready to Lure Visitor with K-Pop Culture Films. Diakses pada 3 Maret 2020 melalui The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/life/2019/10/01/korea-festival-2019-ready-to-lure-visitors-with-k-pop-culture-films.html>

### **Sumber Lain**

Hidriyah, Sita. 2017. Penguatan Kerja Sama Ekonomi Indonesia – Korea Selatan. *Majalah Info Singkat Hubungan Internasional Pusat Penelitian DPR RI*, Vol. IX, No. 6: 5-8.