

Peran E-commerce Indonesia dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia = The Role of Indonesian E-commerce in South Korean Cultural Diplomacy in Indonesia

Nurul Allya Shafira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20519490&lokasi=lokal>

Abstrak

K-POP merupakan salah satu media yang efektif dalam menjalankan diplomasi budaya Korea Selatan dengan negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. Dalam 5 tahun terakhir, beberapa e-commerce Indonesia menghadirkan acara yang menampilkan para artis K-POP, sehingga masyarakat Indonesia semakin akrab dengan hal-hal yang berkaitan dengan K-POP dan Korean Wave. Penelitian ini menjelaskan peran e-commerce Indonesia dalam memperluas keefektifan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Dengan memfokuskan pada kehadiran para artis K-POP di Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran E-commerce, khususnya Shopee Indonesia dan Tokopedia, dalam diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif-analisis. Penelitian ini menemukan bahwa E-commerce Indonesia berkontribusi penting dalam pembentukan persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan dengan memfasilitasi kegiatan diplomasi budaya dan mengemasnya dalam kegiatan yang dapat menghibur masyarakat Indonesia. Ditemukan juga bahwa tingkat penggunaan media sosial di Indonesia memiliki pengaruh dalam memicu fenomena keterlibatan e-commerce Indonesia dalam pelaksanaan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia.

.....K-POP is one of the leading media used by the South Korean government to implement cultural diplomacy with countries in the world, including Indonesia. In the last 5 years, several Indonesian e-commerce companies have presented events featuring K-POP artists, which made K-Pop and Korean Wave became increasingly familiar to the Indonesian public. This study aims to explain the role of Indonesian e-commerce in enhancing the effectiveness of South Korean cultural diplomacy in Indonesia. By focusing on the presence of K-POP artists in events held by Shopee Indonesia and Tokopedia, this research aims to analyze their role in South Korean cultural diplomacy in Indonesia. The research method applied is descriptive-analysis. The findings show that Indonesian e-commerce have made significant contributions to the Indonesian public's positive perceptions of South Korea by facilitating cultural diplomacy activities and packaging them in activities that Indonesian people would find entertaining. Statistics on social media usage in Indonesia also have an influence on the phenomenon of Indonesian e-commerce involvement in the implementation of South Korean cultural diplomacy in Indonesia.