ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya
Volume 14, Nomor 3, Oktober 2025: 460–473
10.33772/etnoreflika.v14i3.3238

ISSN: 2252-9144 (Print)
ISSN: 2355-360X (Online)

Peran Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan dalam Mempromosikan *Soft Power* Indonesia di Tengah Dominasi *Hallyu*

The Role of the Indonesian Cultural Center (Rumah Budaya Indonesia/RBI) in South Korea in Promoting Indonesia's Soft Power amid the Dominance of Hallyu

Mia Kusumawati Ciptaningrum[1], Arie Kusuma Paksi[2]

[1, 2] Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
[1] Email korespondensi: ningrumcii00@gmail.com

Diterima: 01 Agustus 2025; Direvisi: 25 Oktober 2025; Disetujui: 28 Oktober 2025

Copyright © 2025 The Author
This is an open-access article
under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

How to cite (APA): Ciptaningrum, M. K., Paksi, A. K. (2025). Peran Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Kora Selatan dalam mempromosikan soft power Indonesia di tengah dominasi hallyu. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya, 14*(3), 460-473. https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v14i3.3238

ABSTRACT

This study examines the strategic role of the Indonesian Cultural Center (Rumah Budaya Indonesia/RBI) in South Korea in advancing Indonesia's soft power amid the prevailing dominance of Hallyu. Although bilateral relations between the two countries have been strengthened through a Strategic Partnership since 2006, the imbalance in cultural influence necessitates a planned and sustainable institutional diplomacy mechanism. RBI, initiated by the Ministry of Education and Culture and formally established as the Indonesia Centre at Busan University of Foreign Studies in June 2022, is intended to serve as an official instrument for the implementation of Indonesia's soft power. This research employs a qualitative single instrumental case study approach, guided by Soft Power and Cultural Diplomacy frameworks. RBI applies two key strategies, namely Direct Diplomacy through physical engagement such as gamelan classes and batik workshops; and Indirect Diplomacy, which leverages online BIPA (Indonesian Language for Foreign Speakers) programs and innovative digital platforms including the AI-based iwearbatik initiative. Findings highlight the effectiveness of RBI in generating heightened public interest in Korea, reflected in the substantial growth of online BIPA learners. This progress contributes significantly to reinforcing Indonesia's positive image and cultural visibility in the global arena.

Keywords: *Indonesian Cultural Center, soft power, cultural diplomacy, Hallyu, South Korea*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran strategis Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan dalam mempromosikan *soft power* Indonesia di tengah dominasi *Hallyu*. Meskipun hubungan bilateral diperkuat melalui Kemitraan Strategis sejak tahun 2006, adanya ketidakseimbangan pengaruh budaya menuntut suatu mekanisme diplomasi kelembagaan yang terencana dan berkelanjutan. RBI, didirikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, direalisasikan sebagai *Indonesia Centre* di *Busan University of Foreign Studies* pada Juni 2022, bertujuan menjadi instrumen resmi untuk melaksanakan kekuatan lunak. Studi ini menggunakan metode kualitatif studi kasus instrumental tunggal, berlandaskan kerangka *Soft Power* dan Diplomasi Budaya. RBI mengimplementasikan dua strategi kunci yaitu Diplomasi Langsung melalui interaksi fisik seperti kelas gamelan dan lokakarya batik, serta Diplomasi Tidak Langsung yang mengoptimalkan program BIPA daring dan inovasi digital mutakhir seperti *iwearbatik* berbasis kecerdasan buatan. Temuan menunjukkan keberhasilan RBI dalam menarik minat publik Korea secara luas, terbukti dari peningkatan signifikan partisipasi pelajar BIPA daring, yang berperan penting dalam memperkuat citra positif dan eksistensi budaya Indonesia di tingkat global.

Kata kunci: Rumah Budaya Indonesia*, soft power*, diplomasi budaya, *Hallyu,* Korea Selatan

PENDAHULUAN

Hubungan diplomatik antara Republik Indonesia dan Republik Korea Selatan telah berlangsung lama, secara resmi dimulai pada bulan Agustus 1966 dan ditingkatkan menjadi hubungan diplomatik penuh pada bulan September 1973 (Kuswara, 2023). Dasar hubungan antar kedua negara ini semakin kuat setelah mereka menandatangani Deklarasi Bersama mengenai Kemitraan Strategis pada bulan Desember tahun 2006, yang mencakup tiga pilar kerjasama, yaitu aspek politik dan keamanan, ekonomi, perdagangan, dan investasi, serta sosial dan budaya (Tisnakusumahnita, 2024). Dalam konteks hubungan internasional saat ini, diplomasi dipandang sebagai suatu seni dalam berunding dan alat penting yang digunakan oleh negara untuk mencapai kepentingan nasional, termasuk upaya menciptakan perdamaian di dunia (Jessika & Lubis, 2025). Sejalan dengan kemajuan globalisasi, banyak negara menyadari bahwa kekuatan konvensional seperti militer atau ekonomi saja tidak memadai untuk menjamin kepentingan nasional mereka. Oleh sebab itu, aspek budaya telah muncul sebagai saluran baru yang penting untuk mencapai tujuan negara, mengingat bahwa diplomasi budaya dapat diterapkan dalam berbagai keadaan, baik dalam kondisi damai, konflik, maupun situasi krisis (Ayuningtyas, 2024). Kebudayaan tidak hanya terdiri dari seni atau tradisi, tetapi juga merupakan gambaran identitas suatu negara. Di Indonesia, kekayaan budaya dianggap sebagai salah satu kekuatan penting untuk berkontribusi secara aktif dalam pengembangan peradaban di dunia (Tritanti, 2017).

Kepentingan penelitian ini berasal dari adanya ketidakseimbangan yang jelas dalam aliran pengaruh budaya antara kedua negara tersebut (Kuswara, 2023). Korea Selatan telah berhasil memanfaatkan aspek budayanya sebagai alat diplomasi melalui fenomena *Hallyu* atau Gelombang Korea. Sejak dikukuhkan sebagai topik dalam diplomasi publik pada tahun 2005, *Hallyu* telah berkembang menjadi bentuk kekuatan lunak yang sangat efektif (Rakhmawati, n.d.), mencakup musik, drama, film, masakan, mode, dan gaya hidup, yang disambut dengan semangat yang tinggi di Indonesia (Ayuningtyas, 2024). Keberhasilan besar ini,

didukung oleh partisipasi aktif pemerintah Korea Selatan yang mendirikan institusi budaya resmi, seperti Korean Cultural Center (KCC) di Jakarta, yang berperan sebagai saluran komunikasi yang efisien untuk mempromosikan budayanya (Hutagalung et al., 2019). Institusi seperti KCC memiliki tujuan untuk mengenalkan budaya Korea dan mempermudah pertukaran budaya secara umum (Tritanti, 2017). Keberadaan pusat kebudayaan asing yang kuat di Indonesia, bertentangan dengan kondisi kebudayaan Indonesia di luar negeri yang dianggap masih memiliki pengaruh yang lemah (Nugroho, 2024).

Meskipun Indonesia terus berusaha untuk mempromosikan kekayaan budayanya di Korea Selatan melalui perwakilan diplomatik, termasuk melaksanakan berbagai kegiatan promosi budaya dan kerja sama di sektor pendidikan, penelitian yang ada menunjukkan bahwa dampak langsung dari pelaksanaan kegiatan yang bersifat insidental atau sementara belum terlihat secara optimal dalam meningkatkan minat masyarakat Korea Selatan dengan cara yang berkelanjutan (Kuswara, 2023). Pernyataan ini menunjukkan bahwa usaha diplomasi budaya Indonesia perlu memiliki pendekatan yang lebih fleksibel, terstruktur, dan berkelanjutan agar dapat memperkuat eksistensi budaya nasional di tingkat dunia (Hooghe, 2015). Oleh sebab itu, inti permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai kebutuhan Indonesia untuk mengembangkan suatu mekanisme institusional yang terintegrasi dan strategis dalam rangka menyeimbangkan pengaruh budaya di Korea Selatan yang banyak dipengaruhi oleh *Hallyu* (Anindia, 2022).

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini dirancang berdasarkan dasar teoritis *Soft Power* dan Diplomasi Budaya. Konsep *soft power* menjelaskan kapasitas suatu negara untuk memengaruhi orang lain melalui daya tarik budaya, nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang sah, tanpa menggunakan paksaan (Nye, 2006). Budaya, yang mencakup seni, bahasa, pendidikan, dan tradisi, merupakan sumber utama dari kekuatan lembut yang dapat menghasilkan daya tarik emosional dan politik antara negara-negara (Mark, 2009). Sejalan dengan ini, Diplomasi Budaya adalah elemen dari diplomasi publik yang menggunakan pertukaran gagasan, nilai-nilai, seni, bahasa, dan cara-cara ekspresi budaya lainnya sebagai sarana untuk menciptakan pemahaman yang saling menguntungkan dan kedekatan emosional antarnegara (Tritanti, 2017). Tujuan dari diplomasi budaya adalah untuk mengubah pandangan masyarakat di negara lain, agar mendukung kebijakan luar negeri suatu bangsa (Tisnakusumahnita, 2024).

Indonesia memahami pentingnya adanya lembaga yang khusus untuk melaksanakan misi ini, oleh karena itu Program Rumah Budaya Indonesia (RBI) diciptakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Nugroho, 2024). RBI didirikan sebagai tanggapan terhadap kurangnya eksistensi budaya Indonesia di luar negeri dan bertujuan sebagai wadah diplomasi budaya serta perpanjangan resmi dari negara dalam melaksanakan kekuatan lunak (Tritanti, 2017). Di Korea Selatan, langkah ini direalisasikan melalui pendirian *Indonesia Centre* di Busan University of Foreign Studies (BUFS), yang diresmikan pada bulan Juni 2022. Kebaruan ilmiah dari penelitian ini terletak pada analisis yang mendalam mengenai peran strategis RBI sebagai alat kelembagaan *soft power* Indonesia yang bertujuan untuk secara terstruktur dan berkelanjutan merespons dominasi *Hallyu* (Kuswara, 2023). RBI berfungsi sebagai pusat untuk eksplorasi dan pembelajaran budaya,

yang bertujuan untuk memperkenalkan keanekaragaman Indonesia, meningkatkan citra positif bangsa, serta mendapatkan pengakuan global yang lebih luas.

Berdasarkan konteks permasalahan dan analisis inovasi yang telah diberikan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan dalam mendukung *soft power* Indonesia di tengah pengaruh *Hallyu* (Nugroho, 2024). Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan keuntungan yang signifikan. Secara akademis, hasil penelitian ini akan menambah nilai pada literatur dan pemahaman teoritis di area Hubungan Internasional, terutama berkaitan dengan penerapan diplomasi budaya dan kekuatan lunak yang dilakukan oleh negara berkembang (Indonesia) melalui entitas kelembagaan (RBI) dalam menghadapi persaingan budaya global yang selalu berubah (Tritanti, 2017). Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan referensi yang berharga bagi semua pihak yang terlibat dalam penyusunan kebijakan luar negeri dan budaya. Ini termasuk Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul serta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, dalam merumuskan strategi yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan kolaboratif untuk memperkuat posisi serta citra budaya Indonesia di dunia internasional (Tisnakusumahnita, 2024).

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode kualitatif (Hajura, 2022), dengan pendekatan studi kasus, yang dipilih karena bertujuan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau karakteristik dari suatu fenomena sosial yang kompleks dan sulit untuk diukur secara kuantitatif. Metode kualitatif ini berorientasi pada deskripsi atau interpretasi, dengan fokus pada penyampaian dan penjelasan yang mendalam mengenai isu penelitian, peristiwa, serta informasi yang telah diperoleh. Metode ini sangat tepat untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan aspek "bagaimana" dalam pelaksanaan diplomasi budaya. Penelitian ini secara khusus menitikberatkan pada Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan sebagai studi kasus instrumental tunggal, yang berfungsi sebagai unit analisis tertentu yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena dalam konteks kehidupan sehari-hari. Studi kasus memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menjelaskan informasi dan konteks yang berhubungan dengan kasus yang dianalisis, serta membantu mengidentifikasi makna yang terkandung di balik fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan dari sumber literatur (Doi et al., 2024).

Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah kajian literatur, yang termasuk dalam jenis pengumpulan data sekunder (Mbira, n.d.). Metode ini dilakukan dengan cara melakukan penelusuran yang mendalam terhadap berbagai sumber bacaan dan dokumen digital yang berkaitan (Doi et al., 2024). Data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel di media online, serta situs resmi dari lembaga terkait, seperti Rumah Budaya Indonesia (RBI) atau *Indonesia Centre* dan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) yang ada di Seoul (Hajura, 2022). Studi literatur ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial serta penerapan diplomasi budaya Indonesia di Korea Selatan (Vera et al., 2024).

Data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yang menekankan pada penyajian narasi dan penafsiran untuk

menggambarkan serta menjelaskan isu penelitian secara rinci. Proses analisis data diatur oleh kerangka analisis teoretis, yang berfungsi sebagai panduan konseptual untuk menganalisis dan memahami data yang ditemukan (Rofiah et al., n.d.). Untuk memastikan keabsahan data dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, studi ini menerapkan teknik triangulasi teori, ini dilaksanakan dengan menerapkan lebih dari satu sudut pandang teoretis, seperti konsep *Soft Power* (Joseph Nye) dan Diplomasi Budaya, untuk menganalisis data dan meningkatkan validitas penafsiran (Hajura, 2022). Pemanfaatan triangulasi teori, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti, meskipun data berasal dari literatur sekunder (Vera et al., 2024).

Hasil dan Pembahasan

Profil Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan

Rumah Budaya Indonesia (RBI) adalah lambang kelembagaan dari diplomasi budaya Indonesia yang didirikan untuk mendukung pertukaran budaya antara Indonesia dan negara-negara mitra. Konsep pendirian RBI ini mengikuti model lembaga kebudayaan negara lain, seperti *British Council dan Korean Cultural Centre*, dengan maksud untuk memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan Indonesia di tingkat internasional. Keberadaan RBI ini berlandaskan perhatian khusus terhadap lemahnya pengaruh budaya Indonesia di luar negeri jika dibandingkan dengan pusat kebudayaan negara lain, seperti *Korean Cultural Centre* (KCC) yang telah hadir di Indonesia (Tritanti, 2017).

Di Korea Selatan, yang merupakan salah satu mitra strategis Indonesia, terdapat hubungan diplomatik yang telah terjalin dengan baik sejak tahun 1973 dan berkembang luas di berbagai sektor. RBI berada di bawah pengawasan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Seoul. RBI di sini memiliki peran krusial sebagai sarana diplomasi publik yang menghubungkan dengan masyarakat Korea melalui bidang pendidikan, seni, dan budaya (Dea et al., n.d.). Secara khusus di Korea Selatan, simbol rumah budaya ini juga dikenal dengan nama Pusat Indonesia yang berlokasi di Universitas Studi Asing Busan (BUFS).

Peletakan batu pertama dilaksanakan pada tanggal 24 Desember 2021, dan diresmikan pada tanggal 2 Juni 2022 oleh Duta Besar Republik Indonesia untuk Republik Korea. Pendirian *Indonesia Centre* merupakan buah dari kemitraan yang dibentuk melalui kerja sama antara KBRI Seoul dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek), serta BUFS, yang memiliki program studi terkait Indonesia. Dana untuk *Indonesia Centre* berasal dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang disalurkan melalui perwakilan bidang pendidikan dan budaya dari Pemerintah Indonesia yang bertugas di Seoul (Tisnakusumahnita, 2024).

RBI dibuat untuk memperlihatkan berbagai aspek, kreativitas, dan keterbukaan Indonesia kepada masyarakat Korea, dengan tujuan menciptakan pandangan positif tentang Indonesia dalam jangka panjang. RBI juga berusaha untuk menciptakan pandangan yang positif di negara-negara lain melalui komunikasi dengan kelompok-kelompok yang berkepentingan. RBI di Korea Selatan, termasuk *Indonesia Centre*, berfungsi sebagai lokasi untuk mempelajari budaya Indonesia bagi masyarakat internasional, meningkatkan daya tarik budaya Indonesia, serta berusaha untuk memperoleh pengakuan yang lebih luas di level global (Fadhilah & Purbantina, 2022). Kegiatan yang diprakarsa oleh RBI dan KBRI

Seoul melibatkan pelaku seni, mahasiswa, komunitas diaspora Indonesia, serta lembaga pendidikan di Korea Selatan. Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul, telah secara aktif melaksanakan promosi budaya melalui penyelenggaraan kelas budaya dan acara sejak tahun 2009. Beragam kegiatan promosi telah dilaksanakan, antara lain pameran kerajinan tangan dan seni, seperti gamelan, angklung, ukiran, serta batik (Dea et al., n.d.).

Indonesia Centre di BUFS menyimpan beragam warisan budaya Indonesia seperti batik, busana adat, permainan tradisional, wayang, angklung, serta kolintang ditampilkan sebagai sarana untuk mengenalkan kekayaan budaya Indonesia bagi setiap pengunjung (Tisnakusumahnita, 2024). Program- program tertentu meliputi kelas gamelan yang bekerja sama dengan Seoul Institute of Arts, studi Bahasa Indonesia di universitas-universitas seperti HUFS, BUFS, dan Yongsan, serta program Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA) yang mencakup kelas batik dan gamelan, bekerja sama dengan HUFS. Festival Indonesia juga diadakan di Seoul oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul (Dea et al., n.d.). Usaha diplomasi batik, yang mencakup pameran, lokakarya, penyebaran informasi melalui media, dan pemberian busana batik sebagai hadiah, juga menjadi perhatian utama yang dilaksanakan oleh KBRI Seoul (Fadhilah & Purbantina, 2022). Program magang budaya yang melibatkan pelaku seni Indonesia di *Indonesia Centre* juga telah dilaksanakan, yang memungkinkan seniman dan budayawan Indonesia untuk mengajarkan berbagai aspek budaya seperti batik, gamelan, dan wayang suket (Tisnakusumahnita, 2024).

Dalam konteks tersebut, RBI berupaya untuk menyajikan pengalaman budaya yang asli, melibatkan, dan emosional, dengan harapan dapat membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat Korea Selatan. Keberadaan RBI dan aktivitas-aktivitas ini berperan sebagai alat *soft power* Indonesia, berusaha bersaing secara simbolis dengan dominasi budaya populer Korea atau *Hallyu* dengan mempersembahkan kekayaan serta keindahan budaya Indonesia trita (Tritanti, 2017). Ini selaras dengan tujuan diplomasi publik yang bertujuan untuk mengembangkan pandangan yang baik dan memperbaiki citra positif suatu negara (Dea et al., n.d.). RBI juga berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan dan menjelaskan kenyataan keunikan budaya Indonesia (Tritanti, 2017).

Walaupun terdapat tantangan seperti kurangnya dana dan tenaga kerja dalam pelaksanaannya, terdapat potensi besar karena tingginya minat masyarakat Korea Selatan terhadap Indonesia dan banyaknya perusahaan Korea di Indonesia, yang meningkatkan permintaan untuk mempelajari bahasa serta budaya Indonesia. Rencana untuk mendirikan lebih banyak pusat pembelajaran bahasa Indonesia yang hadir di sejumlah universitas di Korea Selatan, mencerminkan upaya Indonesia dalam memperluas jangkauan diplomasi kebudayaannya melalui sektor pendidikan (Tisnakusumahnita, 2024).

RBI sebagai Instrumen *Soft Power* Indonesia

Diplomasi Langsung (di Luar Jaringan Digital)

Diplomasi langsung adalah bentuk nyata dari penerapan *soft power* Indonesia yang fokus pada daya tarik budaya, sesuai dengan konsep yang diusulkan oleh Joseph Nye (Dhalymardha, 2022). Pendekatan ini merupakan strategi utama dalam diplomasi budaya yang dilakukan secara eksklusif melalui kegiatan langsung atau luring, memastikan adanya interaksi fisik dan partisipasi

langsung antara pelaku budaya Indonesia dan masyarakat lokal di Korea Selatan (Ard, 2025). Secara analitis, kegiatan ini dengan sengaja menitikberatkan pada penyediaan pengalaman budaya yang nyata, mendalam, dan bersifat interaktif, yang bertujuan untuk menciptakan hubungan budaya yang kuat, berbeda dari cakupan luas media digital (Devita Savitri, 2023). Keberhasilan diplomasi langsung ditentukan oleh kemampuan suatu negara untuk memengaruhi dengan menarik perhatian, yang pada dasarnya bergantung pada interaksi langsung dan pengalaman yang signifikan (Tisnakusumahnita, 2024).

Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Seoul, yang mendapatkan dukungan penuh dari Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Seoul, memiliki peran penting sebagai aktor kultural utama dan pelaksana strategi diplomasi langsung. Peran RBI sejalan dengan kerangka teori Nye, di mana RBI berperan sebagai alat yang menggunakan aset budaya, warisan dan seni, untuk memengaruhi persepsi dan ketertarikan masyarakat Korea. Analisis institusi menunjukkan bahwa RBI di Korea Selatan mencerminkan model lembaga jarak jauh yang diusulkan oleh d'Hooghe. Model ini memberikan kebebasan operasional yang penting bagi RBI sebagai lembaga perwakilan budaya, memungkinkannya menyesuaikan diri dengan selera lokal di Korea, membangun hubungan yang baik, dan diyakini dapat lebih cepat mendapatkan dukungan dari masyarakat setempat. RBI, yang berperan sebagai wakil resmi KBRI, berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya yang terencana untuk memperluas pengaruh budaya Indonesia di tingkat internasional (Dhalymardha, 2022).

Medium diplomasi langsung yang diprioritaskan oleh RBI dan KBRI Seoul, menitikberatkan pada warisan budaya yang memiliki daya tarik visual serta interaktif. Program kelas gamelan berfungsi sebagai sarana utama, sering diadakan secara berkala, termasuk melakukan kerja sama dengan lembaga seni terkemuka seperti Seoul Institute of the Arts (SIA). Di SIA, kelas gamelan menunjukkan daya tarik yang sangat besar, dengan diikuti oleh 26 mahasiswa pada satu semester dan sekitar 30 mahasiswa pada semester selanjutnya (Antara, 2019). Promosi tari tradisional Indonesia, dilakukan melalui program pelatihan dan penampilan (Kemenlu, 2025b). RBI juga secara aktif mengadakan lokakarya batik secara langsung. Sebagai contoh, workshop membatik dengan judul ACC Asian Arts Experience di Kota Gwangju pada Agustus 2025, mencatatkan kehadiran langsung sebanyak 30 peserta dalam dua sesi pertemuan langsung (Kemenlu, 2025a). Sementara itu, promosi kuliner (gastrodiplomasi) dalam acara tatap muka besar, seperti keikutsertaan dalam Seongbuk Global Food Festival Nurimasil (Mei 2025), menjadi metode yang efektif untuk memperkenalkan kekayaan rasa dari Nusantara kepada ribuan pengunjung festival (Redaksi, 2025). Selain itu, Festival Budaya berskala besar, seperti Festival Indonesia di Seoul, berfungsi sebagai panggung yang megah dan menarik perhatian ribuan pengunjung dari berbagai latar belakang (Nandang, 2025). Untuk Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA), walaupun sebagian besar pembelajaran dilakukan secara online, KBRI Seoul menyediakan beberapa sesi tatap muka yang terbatas, guna meningkatkan pemahaman materi berbicara dan kegiatan unjuk karya BIPA di KBRI Seoul (Pengelola, 2023).

Keberhasilan pendekatan langsung RBI ditunjukkan melalui tingkat partisipasi yang terukur dan pengaruhnya terhadap pandangan masyarakat Korea Selatan, yang merupakan faktor penting dalam keberhasilan *soft power.* Dalam

konteks pendidikan seni profesional, lokakarya gamelan yang diadakan oleh RBI berhasil menarik partisipasi 28 pengajar gamelan dari Korea, yang menandakan adanya pergeseran pengetahuan budaya pada tingkat strategis. Pencapaian ini, bersama dengan keikutsertaan mahasiswa di SIA, menunjukkan bahwa daya tarik budaya Indonesia berhasil terealisasi melalui interaksi langsung dan hubungan yang terjalin. Kegiatan tatap muka yang fokus pada pendidikan, seperti program RBI Goes to School (yang dihadiri oleh 50 siswa pada salah satu perwakilan lainnya), menunjukkan bahwa interaksi secara langsung sangat efektif dalam menanamkan *soft power* jangka panjang, terutama pada anak-anak yang cenderung lebih mudah untuk mengingat dan mengaitkan informasi dengan kuat. Secara keseluruhan, kegiatan bertemu secara langsung yang mendalam ini, mempererat hubungan emosional dan meningkatkan penghargaan, yang secara langsung membantu dalam menciptakan citra positif Indonesia di Korea Selatan (Dhalymardha, 2022).

Pendekatan diplomasi langsung yang dilakukan oleh RBI secara strategis bertujuan untuk menyeimbangkan pengaruh budaya Korea atau *Hallyu*. Indonesia, melalui RBI, menyadari pentingnya pengaruh *Hallyu* yang didukung oleh KCC, dan menanggapinya bukan dengan meniru, tetapi dengan memperkuat jalur keaslian budaya Indonesia. RBI berusaha dengan sungguh-sungguh untuk memastikan bahwa pertukaran budaya berlangsung secara seimbang (Suwanti, 2025), dengan menampilkan kedalaman filsafat budaya, seperti harmoni gamelan dan nilai-nilai batik, melalui interaksi fisik yang mendalam. Strategi ini mencerminkan kesungguhan Indonesia dalam memanfaatkan warisan budayanya sebagai kekuatan *soft power* yang efektif di Seoul, untuk bersaing dengan daya tarik budaya pop Korea melalui kekayaan kultural yang asli.

Keistimewaan strategi RBI di Korea Selatan terletak pada fokus yang mendalam terhadap pendekatan langsung dan hubungan interpersonal, yang merupakan inovasi dalam penelitian ini. RBI berfungsi sebagai contoh diplomasi langsung yang menekankan kekuatan lembut relasional guna menyeimbangkan dampak *Hallyu*. Dalam lingkungan diplomasi yang kontemporer, RBI menunjukkan bahwa interaksi budaya yang mendalam, tidak hanya sekadar jangkauan digital yang luas, adalah strategi yang efisien dan berkelanjutan untuk menciptakan pengaruh politik dan sosial yang signifikan (Lentera, 2025). Strategi RBI ini memperluas teori *soft power* negara-negara berkembang, menunjukkan bahwa keberhasilan diplomasi budaya dapat diraih melalui lembaga yang terorganisir dengan penekanan pada pengalaman yang otentik (Kadek & Nuaba, n.d.).

Melalui interaksi budaya yang dilakukan secara langsung, seperti dalam kelas gamelan, tari, pembuatan batik, dan penyajian kuliner, RBI Seoul berfungsi sebagai garda terdepan dalam *soft power* Indonesia, yang meningkatkan citra positif bangsa di tengah dominasi *Hallyu* (Lentera, 2025).

Diplomasi Tidak Langsung

Strategi diplomasi tidak langsung yang dilaksanakan oleh Rumah Budaya Indonesia (RBI) adalah bentuk penyesuaian Indonesia terhadap perkembangan globalisasi digital. Metode ini memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan penyebaran budaya serta citra positif Indonesia (Luar, 2022). Keberhasilan dalam menggerakkan daya tarik budaya secara luas ini sangat tergantung pada fleksibilitas institusi RBI, yang sesuai dengan konsep *arms-length institution* menurut d'Hooghe untuk menerapkan strategi hubungan, konsistensi,

dan inovasi yang diusulkan oleh Patricia Goff (Adisti & Konety, 2025). Dengan demikian, RBI, yang memiliki kebebasan dalam strategi, memanfaatkan saluran digital sebagai media utama untuk mengubah daya tarik budaya Indonesia, yang merupakan inti dari teori kekuatan lembut Joseph Nye, menjadi langkah-langkah diplomatik yang dapat beradaptasi (Lutfiah Budiman & Bahfiarti, 2024).

Pelaksanaan diplomasi tidak langsung ini, sangat bergantung pada penggerakan aktor non-negara, yang perannya diatur dan didukung oleh RBI serta Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Seoul. Masyarakat sipil, komunitas diaspora, pelajar, dan media digital berperan penting sebagai penggerak utama dalam proses penyebaran budaya (Satriawan, 2024). Aktor non-negara yang paling terorganisir dalam konteks ini adalah Afiliasi Pengajar dan Pejuang Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (APPBIPA) di Korea Selatan (Ard, 2025). APPBIPA Korea Selatan secara terus-menerus berkolaborasi dengan Atase Pendidikan dan Kebudayaan (Atdikbud) KBRI Seoul, guna mendukung usaha internasionalisasi Bahasa Indonesia. Partisipasi komunitas diaspora Indonesia, khususnya siswa dan pekerja migran, berkontribusi pada penguatan diplomasi budaya dengan keterlibatan aktif di platform digital, sesuai dengan pendekatan *neo-diplomasi* (Luar, 2022).

Media digital berperan sebagai alat penting dalam strategi diplomasi yang tidak langsung oleh RBI, meningkatkan jangkauan melalui berbagai platform seperti Instagram, YouTube, webinar budaya, dan program BIPA secara daring. Program BIPA Daring, merupakan fondasi utama dalam diplomasi bahasa digital Indonesia (Satriawan, 2024). Agar menjamin efektivitas dan profesionalisme, KBRI Seoul menghadirkan Sistem Manajemen Pembelajaran (LMS) yang telah mulai dikembangkan sejak tahun 2023 (Pengelola, 2023). Penggunaan LMS ini memungkinkan warga negara Korea, bahkan yang tinggal di luar Korea, untuk mempelajari Bahasa Indonesia, mengatasi kendala geografis (Suwanti, 2025).

Keberhasilan diplomasi tidak langsung ini, terbukti melalui data partisipasi kuantitatif yang menunjukkan pengaruh nyata terhadap peningkatan minat budaya Indonesia di Korea secara luas dan berkelanjutan. Program BIPA secara daring, menunjukkan peningkatan jumlah peserta yang sangat signifikan. Informasi terbaru dan terperinci menunjukkan bahwa Program BIPA Gelombang 8, yang dimulai secara online pada 17 April 2025, mencatat total peserta sebanyak 951 orang dari Korea (Bipakemdikbud, 2025). Angka ini menunjukkan peningkatan yang konsisten dibandingkan dengan periode sebelumnya, seperti BIPA Gelombang ke-7 (2024) yang dihadiri oleh 854 peserta. Secara historis, pada tahun 2023, program BIPA di Korea Selatan mencatat jumlah peserta keseluruhan mencapai 1.391 orang dalam dua gelombang, sebuah prestasi yang diakui secara nasional oleh Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) (Kemendikdasmen, 2024). Partisipasi yang sangat besar ini, merupakan bukti nyata bahwa diplomasi budaya digital berhasil menarik perhatian masyarakat Korea Selatan secara luas, sesuai dengan tren global yang menunjukkan bahwa lebih dari 154.000 warga asing sedang belajar bahasa Indonesia di 52 negara pada tahun 2023 (Shafira et al., 2024).

Selain program BIPA yang dilakukan secara daring, kegiatan online lainnya juga berkontribusi pada peningkatan efektivitas ini. Dalam konteks webinar budaya, program ini berfungsi sebagai sarana utama RBI dalam menyampaikan pesan-pesan kebudayaan (Luar, 2022). Webinar yang memperkenalkan program pengajaran Bahasa Indonesia bagi warga negara asing diadakan pada bulan

September 2021 (Satriawan, 2024). RBI juga mengadakan lokakarya daring, yang mencakup pelatihan mengenai budaya dan makanan. Bukti dari pelaksanaan tersebut, dapat dilihat dalam Program Magang Budaya di *Indonesia Centre* Busan (pendaftaran 2023, pelaksanaan 2024), yang mana pelatihan dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Dalam konteks Gastrodiplomasi Online, RBI Korea Selatan mengadakan "Lomba Ulasan Makanan Indonesia" secara daring sebagai salah satu komponen dari Program BIPA Gelombang 2 dan Gelombang 3 (Luar, 2022). Program ini secara jelas melibatkan jumlah peserta BIPA yang sangat banyak (Kayla, 2025). Program literasi daring, seperti perlombaan membaca puisi dan perlombaan mendongeng cerita rakyat Indonesia, yang merupakan komponen penting dari kurikulum Program BIPA Batch 3, 4, dan 5, secara otomatis mencakup basis peserta BIPA yang telah besar (Pengelola, 2023). Dalam kerangka dukungan diplomasi digital oleh pemerintah Indonesia, kegiatan yang sejenis juga diadakan secara online, seperti Webinar ASEM DAY 2022 yang berlangsung pada tanggal 18 Maret 2022 yang tidak langsung ini, memiliki peran penting sebagai pendekatan digital Indonesia untuk menyeimbangkan pengaruh budaya Korea atau *Hallyu* (Pengelola, 2023).

RBI dengan jelas menerapkan strategi ini karena Indonesia tercatat sebagai negara asing yang paling antusias terhadap budaya Korea (86,3%). RBI berusaha agar Bahasa Indonesia dapat berkembang pesat di Korea, setara dengan Institut King Sejong di Indonesia. Strategi ini memusatkan perhatian pada peningkatan *soft power* Indonesia dengan mengedepankan keautentikan budaya, nilai tradisi, dan pengalaman nyata, seperti batik, sastra, dan masakan, dalam bentuk digital yang kreatif, sebagai respons terhadap pengaruh budaya populer yang didistribusikan oleh lembaga asal Korea (Suwanti, 2025).

Keunggulan dari strategi ini diperkuat oleh inovasi strategi RBI yang memanfaatkan teknologi yang modern. Inovasi yang paling menonjol pada data tahun 2025, adalah peluncuran pendekatan terbaru dalam kecerdasan buatan (AI) untuk batik pada bulan Maret 2025. Platform iwearbatik dibentuk sebagai langkah untuk menjalankan diplomasi budaya yang inovatif. Kegiatan permulaan yang berupa diskusi kelompok terfokus ini, melibatkan 367 peserta BIPA. Inisiatif ini adalah usaha *co-branding* budaya secara online yang kreatif, menggunakan teknologi untuk mengatasi minimnya pemahaman mendalam mengenai batik (Ard, 2025). Inovasi juga dapat diamati pada pengembangan Sistem Manajemen Pembelajaran (LMS) sejak tahun 2023, serta kerjasama digital dengan universitas/media Korea dan pihak non-negara (Suwanti, 2025).

Berdasarkan analisis dan sintesis teoretis, pelaksanaan diplomasi budaya digital RBI di Korea Selatan menunjukkan penerapan yang berhasil dari konsep *soft power* yang diungkapkan oleh Joseph Nye (Nye, 2006). Keberhasilan RBI dalam menarik ribuan pelajar secara online, memperkuat pendapat bahwa *soft power* dapat diperluas secara signifikan melalui media digital. Digitalisasi RBI dan peran aktor non-negara, menunjukkan bahwa RBI memperluas pendekatan *soft power* dari negara-negara berkembang (Adisti & Konety, 2025; Zulkarnain & Suharyono, 2022). Perbandingan yang jelas menunjukkan bahwa, tidak seperti Korean Cultural Center (KCC) yang lebih memilih menggunakan diplomasi multitrack untuk menyebarkan drama dan budaya pop, strategi RBI lebih menekankan pada pembangunan modal budaya yang fundamental melalui pengajaran bahasa dan

pendidikan budaya yang terstruktur (BIPA Daring), menjadikannya sebagai suatu inovasi ilmiah dalam diplomasi negara berkembang (Adisti & Konety, 2025). Dengan demikian, strategi digital RBI di Korea Selatan, menunjukkan penerapan nyata dari *soft power* melalui jalur digitalisasi budaya yang khas untuk negara-negara yang sedang berkembang (Lutfiah Budiman & Bahfiarti, 2024).

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mencapai tujuannya dengan menganalisis Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Korea Selatan, berperan sebagai alat resmi yang penting untuk melaksanakan *soft power* Indonesia. Pendekatan menyeluruh RBI, termasuk diplomasi langsung melalui kegiata fisik seperti kelas gamelan dan lokakarya batik, serta pengoptimalan diplomasi tidak langsung seperti BIPA online dan inovasi berbasis kecerdasan buatan, terbukti efektif dalam meningkatkan citra positif bangsa melalui peningkatan partisipasi masyarakat Korea yang signifikan. Dari segi teori, peran RBI menegaskan kembali gagasan *soft power* oleh Joseph Nye, di mana daya tarik budaya asli digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi dan menyeimbangkan persaingan budaya global. Penelitian ini memberikan kontribusi akademis dengan memperkaya literatur tentang Hubungan Internasional terkait model diplomasi budaya terstruktur oleh lembaga dalam konteks yang dinamis. Untuk penelitian mendatang, disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut tentang dampak jangka panjang kegiatan RBI terhadap perubahan pandangan publik Korea dan kemungkinan integrasi digital yang lebih luas.

Menghadapi tantangan keterbatasan dana untuk operasional programnya, meskipun memiliki potensi yang besar karena tingginya minat masyarakat Korea, dan pendanaannya masih didukung oleh anggaran dari Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi, disarankan agar dilakukan strategi diversifikasi dan penguatan sumber pendanaan. Perluasan diplomasi budaya yang berkelanjutan, harus didukung oleh strategi pendanaan kolaboratif yang melibatkan perusahaan Korea yang memiliki kepentingan di Indonesia atau skema sponsor korporat untuk menjamin stabilitas dan keberlanjutan operasional RBI.

DAFTAR PUSTAKA

Adisti, R., & Konety, N. (2025). Diplomasi budaya Korea Selatan terhadap Indonesia melalui drama Korea bertema keluarga tahun 2021–2023. *Indonesian Journal of International Relations, 9*(1), 52–79. https://doi.org/10.32787/ijir.v9i1.658

Anindia, A. (2022). Diplomasi budaya Korea Selatan melalui Korean Cultural Center dalam program Hanbok Experience. *Moestopo Journal of International Relations*. https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/2032

Antara. (2019, Maret 15). Gamelan kembali diajarkan di Institut Seni Seoul. *Antaranews.com*. https://www.antaranews.com/berita/810272/gamelan-kembali-diajarkan-di-institut-seni-seoul

Ard. (2025, Maret 7). Inovasi pendekatan AI buka cakrawala budaya batik Indonesia di Korea Selatan. *news.uad.ac.id*. https://news.uad.ac.id/inovasi-pendekatan-ai-buka-cakraNEWS ala-budaya-batik-indonesia-di-korea-selatan/

Ayuningtyas, D. (2024). *Peran budaya populer sebagai soft power bagi negara di Asia Timur*. (Vol. 1, Issue 1).

Bipakemdikbud. (2025, April 17). Pembukaan dan orientasi kelas BIPA Batch 8 KBRI Seoul. *Bipakemdikbud (Instagram)*. https://www.instagram.com/p/DIjGALNyC0l/

Dea, P., Ratnanggana, R., Sushanti, S., Titah, P., & Resen, K. (n.d.). Representasi diplomasi publik Indonesia melalui cultural exchange sebagai sarana kerja sama budaya di Korea Selatan.

Devita Savitri. (2023, April 5). 542 Oppa–Eonni Korsel antusias belajar Bahasa Indonesia. *DetikEDU*. https://www.detik.com/edu/edutainment/d-6656833/542-oppa-eonni-korsel-antusias-belajar-bahasa-indonesia

Dhalymardha, D. P. (2022). *Dampak diplomasi kebudayaan Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/75822

Doi, I., Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan metode studi kasus dalam riset kualitatif. *Local Engineering Journal of Local Architecture and Civil Engineering, 2*(1). https://doi.org/10.59810/localengineering

Fadhilah, W. F., & Purbantina, A. P. (2022). Diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Korea Selatan. *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya, 24*(2), 147–172. http://jurnalsosiologi.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal

Hajura, S. (2022). Shared heritage diplomacy of Indonesia and Malaysia as soft power in the Southeast Asia region. *Jurnal Hubungan Internasional, 10*(2), 84–95. https://doi.org/10.18196/jhi.v10i2.12194

Hooghe, I. d'. (2015). *China's public diplomacy, 1991–2013*. Brill Nijhoff.

Hutagalung, N. K., Rachman, J. B., & Akim, A. (2019). Diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia melalui King Sejong Institute Center Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, 15*(2), 131–145. https://doi.org/10.26593/jihi.v15i2.3415.131-145

Jessika, H., & Lubis, F. M. (2025). Hubungan diplomatik Korea Selatan dengan Indonesia melalui sektor KOICA. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 11*(B), 103–110.

Kadek, I., & Nuaba, A. (n.d.). Indonesia's soft power diplomacy agenda in supporting national interests. *Jurnal Hubungan Internasional, 8*(1).

Kayla, T. P. (2025, Agustus 11). Antusiasme warga Korea belajar Bahasa Indonesia sebagai jembatan budaya. *Blog.Hellocation.id*. https://blog.hellocation.id/antusiasme-warga-korea-belajar-bahasa-indonesia-sebagai-jembatan-budaya/

Kemendikdasmen. (2024, Oktober 3). Membanggakan, 854 warga Korea Selatan antusias belajar Bahasa Indonesia. *Kemdendikdasmen.go.id*. https://www.kemendikdasmen.go.id/berita/11047-membanggakan-854-warga-korea-selatan-antusias-belajar-bahasa

Kemenlu. (2025a, Agustus 28). Kolaborasi KBRI Seoul dan National Asian Culture Center: Perkenalkan cara membuat batik ke masyarakat Korea. *Kemlu.go.id*. https://kemlu.go.id/seoul/berita/kolaborasi-kbri-seoul-dan-national-asian-culture-center-perkenalkan-cara-membuat-batik-ke-masyarakat-korea?type=publication

Kemenlu. (2025b, September 21). Festival Indonesia 2025 di Seoul perkenalkan keindahan dan keberagaman Indonesia. *Kemlu.go.id*. https://kemlu.go.id/berita/festival-indonesia-2025-di-seoul-perkenalkan-keindahan-dan-keberagaman-indonesia?type=publication

Kuswara, M. R. A. (2023). *Diplomasi budaya Indonesia di Korea Selatan melalui program pendidikan bahasa*. https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/19936/Cover%20-%20Bab1%20-%206091901134sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lentera. (2025, Mei 30). BIPA di Korea: Upaya imbangi budaya Korea di Indonesia. *Lenteraesai.id*. https://lenteraesai.id/2025/05/30/bipa-di-korea-upaya-imbangi-budaya-korea-di-indonesia/

Luar, K. (2022). *Laporan kinerja*. www.kemlu.go.id

Lutfiah Budiman, N., & Bahfiarti, T. (2024). Diplomasi budaya multitrack: Peran Korean Cultural Center Indonesia dalam menyebarluaskan budaya Korea di Indonesia. *Jurnal Transborders, 8*(1), 56.

Mark, S. (2009). *A greater role for cultural diplomacy*. http://researchspace.auckland.ac.nz/handle/2292/2943

Mbira, C. (n.d.). *Role of cultural diplomacy in strengthening soft power among emerging economies*. https://doi.org/10.47672/ajir.2464

Nandang, K. (2025, September 22). Festival Indonesia 2025 di Seoul. *Elshinta.com*. https://elshinta.com/indeks/luar-negeri/festival-indonesia-2025-di-seoul-135358

Nugroho, R. A., A. G., & G. N. A. (2024). Rumah Budaya Indonesia di Belgia sebagai sarana diplomasi budaya Indonesia. *Innovative: Journal of Social Science Research*. http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8335

Nye, J. S. (2006). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Pengelola, S. P. (2023, April 5). BIPA Korea Batch ke-4 Tahun 2023 diikuti lebih dari 542 pemelajar di Korea. *Kemendikdasmen*. https://www.kemendikdasmen.go.id/siaran-pers/8469-bipa-korea-batch-ke-4-tahun-2023-diikuti-lebih-dari-542-peme

Rakhmawati, N. A., & Sunarti. (n.d.). *Pengaruh Hallyu sebagai soft power terhadap peningkatan hubungan kerja sama Indonesia–Korea Selatan*.

Redaksi. (2025, Mei 24). Kuliner Indonesia jadi sorotan di Festival Makanan Dunia Seongbuk–Seoul. *Batamtoday.com*. https://m.batamtoday.com/berita-217168-Kuliner-Indonesia-Jadi-Sorotan-di-Festival-Makanan-Dunia-Seongbuk-Seoul.html

Rofiah, C., Pgri, S., Jombang, D., & Bungin, B. (n.d.). *Qualitative methods: Simple research with triangulation theory design*.

Satriawan, D. (2024). Strategi internasionalisasi Bahasa Indonesia sebagai bahasa ASEAN. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 14*, 490–539. https://doi.org/10.23887/jpbsi.v14i4.88974

Shafira, A. W., Saprilia, D. F., Fajriani, B., Almanda, N. I., Pinandhita, P., & Muliastuti, L. (2024). Desa BIPA: Upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia untuk mewujudkan Indonesia Emas 2045. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 20*(2), 212–224. https://doi.org/10.25134/fon.v20i1.8946

Suwanti. (2025, Mei 30). BIPA di Korea: Upaya imbangi budaya Korea di Indonesia. *Antaranews.com*. https://www.antaranews.com/berita/4868601/Bipa-Di-Korea-Upaya-Imbangi-Budaya-Korea-Di-Indonesia

Tisnakusumahnita, A., & Putri, S. O. (2024). Implementasi diplomasi budaya Indonesia melalui kerja sama pendidikan terhadap Korea Selatan (2021–2023). https://ojs.unikom.ac.id/index.php/gps/article/view/15004

Tritanti, M. D. (2017). *Rumah Budaya Indonesia (RBI) sebagai media diplomasi publik*. https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/70257/

Vera, N. W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10*(17), 826–833. https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272

Zulkarnain, A. R. M., & Suharyono, K. N. I. (2022). K-Pop and contemporary cultural diplomacy: The influence of NCT on Indonesia's cultural diplomacy in the digital age. *Hasanuddin Journal of Strategic and International Studies, 1*(1), 45–54. https://doi.org/10.20956/hjsis.v1i1.24862