

---

---

# KOTRA Sebagai Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan dalam Meningkatkan Kekuatan Ekonominya di Indonesia

Jasmine Shafa Dwian<sup>1)</sup>, Sukma Sushanti<sup>2)</sup>, A.A. Bagus Surya Widya Nugraha<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Udayana.

---

## Abstrak

Hubungan diplomatik Korea Selatan dengan Indonesia yang terjalin cukup lama telah melahirkan berbagai bentuk proses kegiatan perdagangan dan investasi asing. Hal tersebut didukung dengan adanya upaya Korea Selatan membangun perekonomiannya melalui KOTRA (*Korea Trade Investment Promotion Agency*) sebagai *affiliate agency* yang berada dibawah naungan MOTIE (*Ministry of Trade, Investment and Energy*). Proses tersebut terjadi dengan adanya perkembangan arus globalisasi dan IPTEK yang begitu pesat dan kemudian melahirkan era baru dinamai sebagai *Information Age Era*. Pada era tersebut, terlahirnya berbagai aktor baru di panggung dunia internasional seperti KOTRA telah menunjukkan bagaimana proses negara dalam mengoptimalkan aktor baru dalam meningkatkan *soft power* mereka. Tidak hanya aktor, tetapi juga berbagai variasi baru dari instrumen diplomasi publik yang kemudian bermunculan di era ini. KOTRA menjadi representasi dari proses tersebut dan mengemban tugas utamanya dalam membangun perekonomian Korea Selatan guna meningkatkan kekuatan ekonominya dengan negara-negara mitra yang pada penelitian kali ini adalah di Indonesia. Adapapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini bahwa terdapat efek positif dari optimalisasi diplomasi publik KOTRA terhadap kegiatan perdagangan dan investasi Korea Selatan di Indonesia. Guna memahami proses tersebut penelitian ini akan menjabarkan peran KOTRA menggunakan konsep *soft power* dan diplomasi publik. Penelitian ini menggunakan metodologi eksplanatif-kualitatif yang menggunakan data sekunder bersumber dari buku, jurnal, laporan digital KOTRA, laman dan platform digital KOTRA serta sumber berita terkait.

**Kata-kunci** : Agensi Afiliasi, Diplomasi Publik, Korea Selatan, Peran KOTRA, Soft Power

---

## Abstract

*The diplomatic relation between South Korea and Indonesia have existed for decades, resulting in many collaboration progressed in trade and investment that becomes an interesting topic for further research. This is supported with the establishment of KOTRA (Korea Trade Investment Promotion Agency) as the affiliate agency operated by MOTIE (Ministry of Trade, Investment and Energy). This process happened with the evolvement on the fast moving of globalization era and the revolution of science and technology resulting in the entrance of new era called as Information Age Era. In this era, there are new international actors that was emerging and KOTRA is the form on how the process of a country maximize new actors to contribute into strengthening their soft power. Although it's not just new actors, but the varieties of new public diplomacy instruments was also emerging in the Information Age Era. KOTRA becomes as the representative of this particular process with the main*

*duty to accelerate the economic development of South Korea and enhancing their economic strength with all the partner countries of KOTRA especially in Indonesia for this research. The result of this research showed there is a positive effect from the optimalization of KOTRA public diplomacy towards their trade and investment activity in Indonesia. To understand the process, this research will explain about KOTRA role using the concept of soft power and public diplomacy. This research will use explanatory-qualitative methodology that will use a secondary data sourced from books, journals, KOTRA digital report, KOTRA digital site and platform also any related and relevant news sources.*

*Keywords : Affiliate Agency, KOTRA role, Public Diplomacy, Soft Power, South Korea*

---

**Kontak Penulis**

Jasmine Shafa Dwian

Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jimbaran Bali, 80361

Telp: 081806617932 Fax: -

E-mail : jasmine040601@gmail.com

## PENDAHULUAN

Memahami hubungan Korea Selatan dengan Indonesia, dapat kita tinjau mengenai posisi negara Indonesia terhadap Korea menempati posisi ketiga dalam ASEAN pada tahun 2021 yang menerima investasi asing dari Korea Selatan setelah Vietnam dan Kamboja (ASEAN - KOREA CENTRE, n.d). Adapun total investasi asing yang diterima oleh Indonesia dari Korea Selatan pada 2021 sebesar US\$ 1,800 juta yang terdiri atas 2.419 perusahaan. Pada tahun 2020 Indonesia menerima US\$ 1,318 juta dengan total 2.352 perusahaan, tahun 2019 US\$963 juta dengan total 2.269 perusahaan, tahun 2018 US\$ 497 juta dengan total 2.168 perusahaan, tahun 2017 US\$ 669 juta dengan total 2.078 perusahaan. Adapun pada tahun 2018 terjadi penurunan jumlah investasi asing, namun secara skala angka perusahaan terus meningkat dari tahun sebelumnya.

Ketertarikan dari Korea Selatan dalam memilih Indonesia sebagai salah satu negara yang menjadi fokus investasi asingnya, didasari beberapa hal. Hal pertama yang perlu diketahui dikutip dari *United Nations World Population* bahwa Indonesia menduduki negara keempat di dunia dengan jumlah populasi terbanyak (*The World Bank, n.d*). Lalu PDB Indonesia sendiri pada kawasan Asia Timur & Pasifik menempati posisi keempat dengan pertumbuhan sebesar 3,7% (*The World Bank, n.d*). Hal tersebut dikarenakan dengan melihat pertumbuhan PDB kita dapat melihat produktivitas yang terdapat didalam suatu negara. Dengan selanjutnya akan bersinggungan pada penghasilan dari masyarakat yang berada di negara terkait dan dapat menentukan tingkat konsumerisme dari masyarakatnya. Dimana Indonesia sendiri memiliki pertumbuhan PDB yang terbilang cukup baik. Melalui pernyataan Sekretariat Kabinet Republik Indonesia disampaikan bahwa pada tahun 2022, Indonesia telah mencapai pertumbuhan PDB yang meningkat menjadi sebesar 5,31%. Melihat data-data yang dijabarkan tersebut tentunya dapat menjadi faktor penting bagi Korea Selatan untuk terus menjalin hubungan perekonomian baik dalam

investasi asing maupun kegiatan perdagangan dengan Indonesia.

Tidak hanya dalam segi investasi asing, namun hubungan perdagangan antara Korea Selatan dengan Indonesia pun telah terjalin cukup lama. Berdasarkan pada data *Korea International Trade Association*, tahun 2023, kegiatan ekspor yang telah dilakukan oleh Korea Selatan ke Indonesia sebesar US\$ 3,197 juta. Adapun kegiatan tersebut di antara kedua negara telah mengalami fluktuasi angka yang tidak lain disebabkan oleh situasi Covid-19. Lalu berdasarkan pada *Korea International Trade Association*, kegiatan impor pada tahun 2023 yang dilakukan Korea Selatan dari Indonesia sebesar US\$ 4,590 juta. Membandingkan data impor dengan ekspor tentunya dapat kita lihat bahwa Indonesia memiliki keunggulan. Berdasar pada data tersebut terlihat adanya defisit neraca perdagangan oleh Korea Selatan dari hubungan kedua negara tersebut.

Meninjau lebih lanjut pada segi penerima investasi asing dari Korea Selatan, tentu Indonesia termasuk negara penerima terbanyak setelah Vietnam dan Kamboja. Melihat lebih lanjutnya selain pada investasi asing, dalam hubungan perdagangan Korea Selatan dengan Vietnam dan Kamboja tersebut terjadi surplus perdagangan. Hal ini didukung dengan data yang disampaikan oleh *The Observatory of Economic Complexity* bahwa Korea Selatan melakukan ekspor ke Vietnam sebesar \$4,28 miliar dan impornya sebesar \$1,92 miliar tercatat pada Mei 2023. Begitu juga dengan ekspor Korea Selatan ke Kamboja sebesar \$12,229 miliar dan impornya sebesar \$11,464 miliar. Membandingkan dengan hubungan perdagangan dengan Indonesia yang terjadi defisit. Situasi ini kemudian menjadi sebuah anomali sekaligus dorongan bagi Korea Selatan untuk terus berupaya meningkatkan kekuatan ekonominya di Indonesia.

Adapun dalam pemerintahan Korea Selatan mengenai kegiatan perdagangan, investasi dan hubungan perekonomian dinaungi oleh *Ministry of Trade, Industry and Energy* (MOTIE). MOTIE memiliki *affiliates* yang

mendukung tugas yang dimiliki olehnya dengan membaginya berdasarkan pada fokus dan spesifikasi masing-masing bidang. Salah satunya yang diangkat dalam penelitian ini yakni *Korea Trade Investment Promotion Agency* (KOTRA) yang akan berfokus pada promosi perdagangan dan investasi dengan negara mitranya pada kali ini Indonesia untuk meningkatkan kekuatan ekonomi Korea Selatan melalui mengedepankan upaya diplomasi publik.

Pada penulisan kali ini menggunakan empat literatur sebagai kajian pustaka untuk mendukung penelitian. Pada literatur pertama berupa jurnal yang berjudul *The Role of Public Diplomacy In International Relations In Full Process Of Globalization* yang ditulis oleh Elena Gurgu dan Aristide Dumitru Cociuban pada tahun 2016. Penggunaan literatur pertama mendukung penelitian kali ini dalam memenuhi dari segi pemahaman konsep diplomasi publik itu sendiri. Meskipun begitu literatur terkait masih tidak dapat memberikan kontribusi banyak untuk memahami variabel lainnya dalam penelitian ini. Dikarenakan literatur tersebut hanya konsep dasar dan perlu adanya literatur lain yang dapat mendukung pada pembahasan yang berfokus mengenai aktor secara spesifik dan topik yang mengerucut pada aktor-aktor yang langsung terlibat dalam menjalankan diplomasi publik.

Literatur selanjutnya yakni yang kedua terdapat dari jurnal dengan judul *Organizational Culture and Public Diplomacy In The Digital Sphere: The Case of South Korea* ditulis oleh Jeffrey Robertson pada Juni 2018. Penulisan ini memberikan pemahaman atas karakteristik dan budaya yang hidup di Korea Selatan dan gambaran atas sikap mereka terhadap perkembangan IPTEK. Literatur ini ditujukan untuk meninjau apakah penelitian ini akan berbanding lurus dan mengamini pernyataan dan kesimpulan yang didapat pada literatur terkait bahwa adanya unsur *secrecy* yang menggambarkan adanya perbedaan platform komunikasi yang dimanfaatkan oleh KOTRA dan ketidakterbukaan mereka terhadap

platform lain. Beserta unsur *elitism* bahwa struktur yang ada masih berupa senioritas dan minimnya sumber daya manusia bagi para senior untuk terbuka akan hal baru.

Literatur ketiga terdapat jurnal yang berjudul *Exploring The Role of Brands in Public Diplomacy* yang ditulis oleh Mohammad Ali Shirkhani dan Issa Adeli pada Oktober 2018. Meninjau literatur ketiga dapat memberikan kontribusi bagi penelitian kali ini dalam memahami pengaruh yang didapat dari diplomasi publik KOTRA dengan adanya berbagai *brand* yang dikelolanya. Melalui adanya konsep dari efek berupa *inverse Country of Origin*, dimana citra *brand* akan sebanding dengan negara asalnya. Hal tersebut dapat memberi gambaran bagi penulis untuk mendapat perspektif baru yang dapat melengkapi penelitian ini. Tentu saja literatur ketiga masih belum bisa menjelaskan lebih lanjut mengenai posisi dan pandangan negara Korea Selatan yang akan diteliti pada penulisan ini terhadap posisi mereka dalam menjalankan diplomasi publiknya yang kerap berbasis pada IPTEK. Guna melengkapi penelitian ini, maka terdapat literatur keempat yang diharapkan dapat melengkapi pemahaman dalam penyusunan penulisan ini.

Pada literatur terakhir yakni keempat berupa jurnal yang berjudul *Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia Melalui Sektor Pendidikan Korea International Cooperation Agency* (KOICA) yang ditulis oleh Ajeng Dwi Jayanti dan Sri Suwartiningsih pada tahun 2019. Melalui literatur tersebut menjabarkan mengenai kebijakan dan strategi untuk mengetahui lebih lanjut dinamika dari berjalannya tugas yang diemban oleh KOICA. Untuk kemudian proses sesudahnya yang menggambarkan aktualisasi berdasar dari pencapaian kepentingan nasional Korea Selatan melalui KOICA. Meskipun penelitian tersebut berbeda jauh secara topik dan subjek atau aktor yang menjalankan diplomasi publiknya dengan penelitian kali ini. Namun merujuk pada kerangka penulisan penelitian yang dilakukan peneliti tersebut, literatur keempat dapat

menjadi referensi bagi penulisan ini untuk menyusun kerangka penulisan dan penelitian lebih lanjut kedepannya. Meskipun begitu literatur tersebut masih belum cukup untuk bisa mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fokus bidang yang diangkat dalam penelitian ini. Sehingga dengan literatur-literatur sebelumnya menjadi pelengkap antara satu sama lain untuk mendukung penulisan penelitian ini.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah mengkaji hubungan antara Korea Selatan dengan Indonesia yang dilihat menggunakan konsep *soft power* dan melalui diplomasi publik. Adapun melalui konsep tersebut ditujukan untuk melihat Korea Selatan dalam mencapai kepentingan nasionalnya dalam pengembangan perekonomian nasional mereka.

Melalui KOTRA menjadi upaya dalam aktualisasi pencapaian kepentingan nasional Korea selatan dalam bidang perekonomiannya. Pada penelitian inilah menghasilkan suatu rumusan masalah mengenai KOTRA sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan untuk meningkatkan kekuatan ekonominya di Indonesia.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif seperti yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (1982) akan menghasilkan bentuk data yang deskriptif (Abdussamad, 2021:17). Adapun penelitian ini lebih lanjutnya akan melihat fenomena dan menangkap makna yang terdapat didalamnya. Dimana instrumen dalam penelitian ini yang yang terpenting adalah peneliti yang kemudian akan langsung melihat fenomena yang berada di lapangan. Hal tersebut menjadi penting dikarenakan ketajaman instrumen atau sang peneliti lah yang memainkan peran penting dalam memahami dan menginterpretasi fenomena beserta data terkait untuk dituangkan dalam penelitian tersebut. Pada penelitian kualitatif akan berfokus terhadap pemahaman mendalam mengenai fenomena atau gejala yang diangkatnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder dan berupa studi dokumen. Adapun seperti yang disampaikan oleh Abdussamad (2021) penelitian ini akan menggunakan data yang didapatkan dari hasil keluaran oleh pihak KOTRA secara digital. Dimana data tersebut dapat berupa berbagai dokumen seperti literatur buku, artikel, jurnal, publikasi-publikasi terutama pada laman website dan media sosial lainnya untuk mendukung konsep dan pembahasan guna memberikan elaborasi yang lebih koheren terhadap penelitian ini.

Pada program studi Hubungan Internasional terdapat beberapa unit analisis yang terbagi atas individu, sistem internasional, dan negara. Pada penelitian kali ini akan menggunakan unit analisis negara. Adapun seperti yang disampaikan oleh Singer (1961) bahwa pada penulisan ini meskipun KOTRA menjadi pembahasan dan subjek yang menjalankan diplomasi publik. Perlu diketahui bahwa tujuan dan motivasi dilaksanakannya hal tersebut ialah berdasar pada kepentingan nasional Korea Selatan. Selain dari itu juga KOTRA sendiri merupakan lembaga yang merupakan *affiliate* dari MOTIE dan menjadi bagian resmi dari Kedutaan Besar Korea Selatan. Hal tersebut menjadikan KOTRA sebagai representasi negara.

Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam mendukung terealisasinya suatu penelitian. Peneliti penting untuk mengetahui Teknik yang digunakan untuk mendukung standar data yang memenuhi kriteria dan relevan, sehingga data tersebut dapat berkontribusi secara efektif terhadap penelitian yang sedang berlangsung. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data diantaranya adalah wawancara, dokumen, *Focus Group Discussion / FGD* (Abdussamad, 2021). Pada kali ini peneliti akan berfokus pada teknik pengumpulan data berupa dokumen. Adapun seperti yang disampaikan oleh Abdussamad melalui teknik tersebut perlu adanya observasi secara sistematis atas fenomena terkait. Dimana peneliti perlu mendapatkan berbagai data berupa dokumen yang dapat mendukung elaborasi atas variabel-variabel yang akan

diteliti nantinya. Melalui penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan mayoritas akan berasal dari dokumen berupa publikasi resmi yang dirilis langsung oleh KOTRA Indonesia.

Analisis data merupakan proses setelah memperoleh berbagai sumber, kemudian memilah dan mempelajari data yang relevan secara sistematis. Adapun seperti yang disampaikan oleh Abdussamad (2021) analisis data kualitatif bersifat induktif. Menjadi penting untuk memahami teknik penyajian data dikarenakan penelitian nantinya akan bermanfaat bagi keilmuan dan para pembaca kedepannya. Pada penelitian kualitatif seperti yang disampaikan oleh Miles dan Huberman (1984) penyajian bisa dilakukan dengan cara uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya (Abdussamad, 2021). Dimana teknik penyajian data kualitatif akan berfokus pada teks naratif yang kemudian dapat dilengkapi dengan grafik, matrik, jejaring kerja, dan *chart*. Dengan begitu pada tahap akhir berisikan konklusi atau verifikasi atau bisa dikenal dengan kesimpulan yang memuat jawaban atas rumusan masalah. Disampaikan oleh Abdussamad (2021) umumnya kesimpulan akan menjadi bentuk dari sebuah temuan baru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis peran KOTRA dalam upaya diplomasi publik Korea Selatan untuk meningkatkan kekuatan ekonomi di Indonesia dengan batasan waktu lima tahun ke belakang sejak tahun 2019 sampai 2023. Pada penulisan kali ini menganalisis juga terkait proses *Information Age Era* dengan adanya berbagai aktor baru yang lahir dan posisinya sebagai pelengkap dari diplomasi tradisional. Melihat kembali bahwa hubungan diplomatik antara Korea Selatan dengan Indonesia semakin kuat terutama pada bentuk investasi asing yang telah mereka lakukan. Akan tetapi pada prosesnya terlihat bahwa perdagangan Korea Selatan masih lemah terhadap Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan melalui adanya defisit perdagangan Korea Selatan dengan Indonesia yang masih terjadi dari tahun ke tahun.

Memahami lebih lanjut situasi yang terjadi diantara hubungan Korea Selatan dengan Indonesia, KOTRA diperuntukkan untuk meningkatkan kekuatan mereka. Adapun dalam mendapatkan kekuatan tersebut, Korea Selatan memanfaatkan *Information Age Era* dengan keberagaman aktor guna membentuk preferensi. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Josephn Nye dituju untuk menghasilkan adanya pihak lain mengagumi nilai beserta menciptakan daya tarik dalam bidang politik dari suatu negara atau yang disebut dengan *soft power*. Proses ini didapatkan melalui upaya diplomasi publik. Paul Sharp menyampaikan bahwa konsep diplomasi publik yang menjalin hubungan secara langsung dengan masyarakat di suatu negara berfokus untuk mengejar dan mengedepankan kepentingan dan menyebarkan nilai-nilai dari hal yang direpresentasikan. Adapun KOTRA sebagai *affiliate agency* yang dalam prosesnya menjadi representasi negara berperan besar dalam melaksanakan kepentingan nasional Korea Selatan.

Mengingat kembali bagaimana posisi penting dan krusial yang KOTRA miliki dalam pemerintahan Korea Selatan. Pendirian KOTRA didasari dengan regulasi yang menegaskan bahwa tugas utama institusi ini ialah meningkatkan perkembangan perekonomian melalui promosi perdagangan dan investasi Korea Selatan terhadap negara-negara mitranya. Tentu KOTRA diawasi langsung oleh MOTIE dalam pelaksanaan tersebut, namun selama prosesnya terdapat berbagai pihak yang berpartisipasi dalam program mereka. Hal ini semakin mendukung alasan pentingnya pengoptimalan KOTRA sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan.

### 4.1 Peran KOTRA dalam Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan

Melalui adanya proses *Information Age Era* lahirnya berbagai aktor baru yang melengkapi dari proses diplomasi tradisional. Pada kali ini kehadiran KOTRA dibawah MOTIE menjadi bukti nyata dalam tatanan dunia internasional. Berbagai upaya ditempuh

suatu negara dalam mencapai kepentingan nasional mereka. Tentunya dalam prosesnya dewasa ini keterlibatan sederetan aktor normatif hingga munculnya berbagai aktor baru lainnya di panggung dunia internasional diikuti dengan penggunaan instrumen yang variatif pula. Seperti halnya pada KOTRA yang menjadi badan promosi perdagangan dan investasi Korea Selatan pada negara mitranya. KOTRA Indonesia tentunya memiliki peran signifikan dalam menunjang keberhasilan promosi perdagangan dan investasi Korea Selatan di Indonesia dan begitupun sebaliknya. Adapun kehadiran KOTRA ditujukan untuk menyampaikan gambaran kepada masyarakat di negara-negara mitranya mengenai mereka sebagai institusi dan juga nilai, budaya, dan kepentingan nasional perlu tercermin dalam institusi tersebut.

Pada KOTRA terdapat berbagai instrumen dari upaya diplomasi publiknya yang mendukung tugas mereka. Pertama, terdapat *marketplace* yang dioperasikan oleh KOTRA untuk menjadi sarana terjadinya kegiatan B2B (Business to Business). Melalui *marketplace* bernama *buyKOREA* yang menggambarkan pemanfaatan internet sebagai instrumen diplomasi publiknya. Seperti yang disampaikan oleh Melissen (2005:24) terjadinya demokratisasi akses informasi yang berupa hasil dari *Information Age Era* berdampak pada peningkatan interkoneksi. Melalui proses tersebut semakin bermunculan dan terhubungnya *ordinary individuals*. Adanya *buyKOREA* menjadi langkah tepat, melalui pernyataan John Nye (2004) pentingnya *soft power* untuk membentuk preferensi sebagai daya tarik, maka telah tergambarkan melalui platform tersebut. Adapun alasannya yakni pada laman *buyKOREA* menjadikan proses perdagangan tersebut secara transparan dan terjamin akuntabilitasnya. Semua proses untuk calon pembeli dan penjual yang berasal dari Korea Selatan dilakukan secara digital pada laman tersebut. Hal ini didorong kebijakan *buyKOREA* dengan dioperasikan oleh KOTRA yang pendiriannya didasari oleh KOTRA ACT dan disahkan oleh pemerintah Korea Selatan.

Fakta tersebut juga didukung dengan KOTRA yang merupakan *affiliate agency* berada dibawah naungan MOTIE. Kebijakan tersebut tentu menjamin keabsahan dari *buyKOREA*, dengan rasa keamanan yang didapat dari para pembeli menjadikan ini sebagai nilai tambahan dari segi otoritas moral.

Pada *buyKOREA* inilah menjadi implementasi tugas dari KOTRA dalam menjaga dan memelihara hubungan mereka dalam perdagangan Korea Selatan dengan negara lainnya. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Melissen (2005:21) mengenai komunikasi *two way street*, terdapat pernyataan juga bahwa diplomasi publik secara fundamental selalu lebih berfokus pada kelancaraan dalam memelihara hubungan internasional. Pada pola komunikasi tersebut tentunya juga tercermin pada *Global Partnership (GP)* yang terdapat dalam *buyKOREA*. GP sendiri juga dioperasikan oleh KOTRA dan tugasnya berfokus pada mendukung ekspansi dari segi *materials, parts* dan *equipment*. Tidak hanya itu saja, tetapi juga disinilah *two way street* berlaku karena GP juga berfungsi untuk membantu perusahaan global asing ketika memerlukan *sourcing, R&D* dan *investment* kepada perusahaan domestik Korea Selatan. Melalui platform inilah perusahaan domestik tersebut dibantu untuk bisa terhubung dengan berbagai potensi mitra asing. Pemberlakuan komunikasi *two way street* ini oleh GP pada akhirnya didasarkan pada pemenuhan kepentingan nasional untuk pengembangan perekonomian Korea Selatan. Hal tersebut disalurkan pula melalui instrumen diplomasi publik yang dimanfaatkan berupa *business event* dalam bentuk expo dan *trade show*.

Kedua, berupa platform untuk adanya penetrasi bisnis secara langsung ke Korea Selatan yang bernama *Invest KOREA*. Pada platform ini terdapat susunan yang melibatkan para pihak KOTRA, spesialis dan utusan dari pegawai pemerintahan pada kementerian. Adapun *Invest KOREA* bertujuan untuk memberikan pelayanan yang berupa *one stop service*. Melalui hal tersebut platform ini

ditujukan untuk tempat berkonsultasi, pemberitahuan seputar investasi dan pendirian perusahaan, memberikan dukungan terhadap segala bentuk aktivitas bisnis di Korea Selatan dan menangani berbagai keluhan terkait bisnis untuk kemudian mempersiapkan resolusinya.

Membahas mengenai sumber pengaruh *soft power* yang berupa budaya ialah merupakan perpindahan pengetahuan mengenai nilai dan ide yang terdapat didalamnya. Tentu dengan *Information Age Era*, definisi perpindahan dan interkoneksi pun semakin berubah pula. Proses transmisi yang secara langsung secara dunia nyata pun kini dapat dinikmati melalui dunia maya dengan bantuan dari internet. Hal tersebut pun tersalurkan dari platform ini yang tidak hanya memberikan informasi mengenai Korea Selatan, namun juga mengenai industri yang terdapat didalamnya. Seperti saja pada halaman *Industries and Sites* yang menjelaskan berbagai macam data mengenai daya saing dan ekosistem yang terdiri mulai dari industri turisme sampai pada *aerospace* dengan total industri sebanyak delapan belas. Begitu juga dilengkapi dengan *site information* mengenai titik pemerintahan lokal yang memberikan investasi, materi promosi per wilayah, titik pusat bisnis internasional berkumpul dan informasi seputarnya, peta kompleks wilayah industri secara nasional dan wilayah, berbagai laporan, dan laporan mengenai fokus industri dan yang sedang *trend*.

Pada *Invest KOREA* ini pula memuat informasi yang detail terkait investasi itu tersendiri. Seperti yang disampaikan oleh Nye (2004) bahwa salah satu pengaruh dari *soft power* berasal dari nilai-nilai politik. Adapun nilai politik yang dimaksud berkaitan erat dengan situasi pemerintahan ataupun politik yang berlangsung pada negara tersebut.

Keterkaitan antara kestabilan pemerintahan suatu negara dengan proses terjadinya investasi tentu memainkan peran penting. Kestabilan tersebut tentunya membawa pada berbagai kebijakan domestik yang terbuka untuk bisa memberikan kesempatan yang optimal bagi para investor

asing. Baik kesempatan tersebut dari skala operasional untuk sumber daya alam, manusia ataupun kapital. Sumber yang dinyatakan oleh Nye tersebut kemudian dicerminkan oleh *Invest KOREA* pada halaman *Incentives* yang membahas seputar reduksi dan dispensasi pajak yang tentunya menggiurkan bagi para investor untuk bisa memberikan keuntungan lebih bagi mereka. Bahkan dalam halaman tersebut dijelaskan secara detail mengenai prosedurnya. Tidak hanya itu disampaikan juga mengenai lokasi mengenai zona-zona investasi asing di Korea Selatan yang terbagi atas *Foreign Investment Zones*, *Free Economic Zones*, dan *Free Trade Zones*. Begitu pun juga dengan informasi hibah tunai dari persyaratan, penjelasan mengenai bantuannya dan proses pendaftaran terhadap MOTIE.

Informasi yang ada dilengkapi pula dengan pusat *R&D* dan *Investment Guide* yang dibuat oleh *Invest KOREA* pada lamannya. *Invest KOREA* pun tidak lupa menerapkan kembali komunikasi *two way street* dengan mengadakan sesi konsultasi online yang dapat dilakukan melalui *zoom*. Lalu juga adanya fitur yang dapat diakses para investor untuk bisa melihat biaya awal investasi mereka secara detail dengan melakukan registrasi. Berbagai data yang ditujukan untuk membangun rasa kedekatan dengan para investor dan menjadi transparan sepenuhnya pun menjadi hal yang krusial dan sangat diperhatikan oleh platform ini. Hal tersebut digambarkan melalui halaman *Investment Opportunities*. Pada bagian ini para investor dapat melihat berbagai *project* yang sedang berlangsung yang membutuhkan investasi. Investor dapat mengakses detail mengenai industri, jumlah dana investasi yang dibutuhkan, tipe investasi dan bahkan melihat perusahaan yang memang telah terseleksi IKMP (*Invest KOREA Market Place*). Tentu dari serangkaian proses investasi tersebut, untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para investor. Apabila terdapat keluhan pada periode pasca investasi terdapat platform yang disediakan juga untuk menyampaikannya melalui *Foreign Investment Ombudsman*.

Ketiga, terdapat laman *Jobs in Korea* yang melibatkan KOTRA dalam proses pelaksanaannya. Adapun platform mengenai *Jobs in Korea* ini bernama *Contact KOREA*. Pada dasarnya platform ini digunakan untuk melibatkan perusahaan-perusahaan Korea Selatan dalam menemukan sumber daya manusia yang mumpuni secara kemampuan. *Contact KOREA* merupakan platform dengan *one stop service*. Hal ini didukung dengan pelayanan mereka yang dimulai dari menemukan berbagai individu yang bertalenta, menemukan individu tersebut dengan perusahaan yang cocok, verifikasi kualifikasi terhadap individu dengan perusahaan, sponsor visa dan panduan mengenai dukungan penghuni dari tempat tinggal dan edukasi bahasa.

Konsep diplomasi publik yang disampaikan oleh Hans Tuch pada penulisan Melissen (2005) yang berupa proses pemerintah untuk menjalin dan menjelaskan mengenai nilai dan budaya yang dimiliki negara tersebut tercermin pada *Contact KOREA*. Melalui adanya *Contact KOREA* menjadi instrumen dalam menjembatani untuk lebih dekat terhadap tujuan merepresentasikan nilai dan ide terkait perekonomian Korea Selatan telah sejalan dengan kepentingan nasional yang diemban oleh institusi tersebut.

Semakin banyaknya pekerja asing yang berdatangan mendukung produktivitas perekonomian dalam negeri yang berdampak pada peningkatan PDB. Hal tersebut berjalan sesuai dengan tugas dari KOTRA untuk melakukan pembangunan perekonomian Korea Selatan. Mengingat dalam platform ini pun terdapat halaman *Find Jobs* yang menjadi portal bagi para pelamar untuk bisa mengakses informasi pekerjaan secara detail dan menyeluruh. Adapun pada halaman tersebut terklasifikasi secara jelas data mengenai jenis pekerjaan dan negara untuk mencari pekerja yang dituju, level edukasi dan batas pendaftaran. Bahkan terdapat halaman panduan untuk tahapan proses pelamar mengunggah *resume*. Serta registrasi untuk

menjadi pelamar pun segalanya dilaksanakan secara digital melalui platform tersebut.

Terdapat instrumen yang variatif pada kolaborasi pemerintah sebagai fasilitator dalam mendukung keberhasilan KOTRA melalui *Contact KOREA*. Terlebih menjaga transparansi dan akurasi data yang komprehensif telah menjadi kekhawatiran dalam proses penyampaiannya kepada para audiens. Melalui *Contact KOREA* terdapat proyek acara mengenai *job fair* yang diselenggarakan. Selain dari akurasi data, perlu juga adanya daya tarik yang dapat memberikan keuntungan bagi khalayak. Sehingga melalui proyek acara berupa *job fair* menjadi langkah tepat dalam menciptakan daya tarik tersebut.

Keempat, KOTRA pun juga mengeluarkan layanan *Defense Industry Trade*. Tentu pemerintah sebagai fasilitator berlaku sebagai pendiri dari platform tersebut sejak 2009 yang kemudian dikelola oleh KOTRA. Adapun *Defense Industry Trade* bernama KODITS (*The Korea Defense Industry Trade Support Center*). Pada platform tersebut melibatkan baik dari pihak swasta dan juga negara. Berbicara mengenai diplomasi publik tentu saja didasari dengan kepentingan nasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa negara masih merupakan aktor utama. Hanya saja terdapat berbagai aktor baru yang berkolaborasi untuk mendukung keberhasilan dari upaya aktor normatif. Melalui hal ini Korea Selatan melakukan upaya untuk pengembangan perekonomian nasional mereka melalui KOTRA sebagai badan promosi perdagangan dan investasi untuk menyemarakkan bidang pertahanan dan keamanan.

Berbicara mengenai pernyataan Heywood (2011:60) bahwa negara dalam sistem anarki ini melahirkan keadaan yang mendorong adanya *self help*, *security dilemma* dan *relative gains* yang tercermin pada KODITS. Keadaan yang mendorong Korea Selatan untuk tetap bertahan di sistem yang anarki didasari dengan ketakutan pada aspek keamanan atas kekuatan yang diperoleh pihak atau negara lain. Adanya situasi tersebut membutuhkan mereka untuk

terus meningkatkan kapabilitas diri melalui cara membantu dirinya sendiri dengan membangun berbagai mekanisme. Adapun mekanisme tersebut pada kali ini melalui adanya pendirian KOTRA. Melalui KOTRA inilah berbagai upaya diplomasi publik digencarkan untuk mendapatkan keuntungan penuh dalam mempertahankan status quo yang pada kali ini dimulai dari sisi perekonomian yakni perdagangan dan investasi untuk semakin disemarakkan. Hingga sampai pada upaya lebih lanjut dari kekhawatiran tersebut menghasilkan upaya Korea Selatan untuk meningkatkan ketergantungan negara lain terhadap mereka dari aspek kelengkapan pertahanan dan keamanan melalui KODITS.

Pada dasarnya KODITS ini diperuntukkan untuk kegiatan perdagangan dalam ekspor bahan materi keamanan. Instrumen yang digunakan KOTRA pun dalam melakukan diplomasi publiknya sebagai badan promosi perdagangan untuk KODITS memanfaatkan *exhibition*. Hal tersebut terdapat dalam halaman *Defense Export Information* yang berisikan daftar mengenai berbagai *exhibition* dengan detail negara, area keamanan, nama dan periodenya. Begitu juga terdapat dalam halaman lainnya informasi lebih lanjut mengenai klasifikasi asosiasi perusahaan dan detail mengenai daftar perusahaan didalamnya.

#### **4.2 Kontribusi KOTRA dalam Meningkatkan Kekuatan Ekonomi Korea Selatan di Indonesia**

Melalui berbagai layanan yang diberikan oleh KOTRA tercermin upaya Korea Selatan dalam mengedepankan diplomasi publik melaluinya. Sebelum membahas lebih lanjut mengenai kontribusi KOTRA di Indonesia dalam segi layanannya. Perlu diketahui bahwa terdapat instrumen diplomasi publik lainnya yang digunakan KOTRA yakni adanya penggunaan gabungan antara internet dan media yang mengantarkan pada media sosial. Kehadiran KOTRA di media sosial tentu menjadi upaya lainnya dalam mendekatkan diri mereka pada audiens yang terdapat di negara mitra yang dituju secara langsung.

Pada platform Instagram, KOTRA Indonesia menggunakan username dan akun terpisah untuk cabang Jakarta dan Surabaya. Terdapat perbedaan sorotan yang menjadi fokus unggahan bagi kedua akun KOTRA Indonesia. Adapun pada KOTRA Surabaya sendiri ditujukan untuk berupa konten *awareness* dikarenakan usia akunya yang masih sangat dini, sehingga berfokus pada jasa-jasanya terlebih dahulu. Sedangkan pada Instagram KOTRA Jakarta yang sudah terbilang empat tahun hadir tersebut lebih berfokus pada menyemarakkan penyebaran informasi terkait berbagai program atau acara yang sedang ataupun telah dilaksanakan oleh KOTRA Indonesia.

Tentu perbedaan kedua akun tersebut pada akhirnya ditujukan untuk menyebarkan nilai-nilai yang direpresentasikan institusi tersebut melalui informasi mengenai jasa-jasa yang disediakan oleh KOTRA untuk bisa melekat dan menjadi *top of mind* dari para audiensnya. Selanjutnya ada platform LinkedIn, seperti yang diketahui bahwa media sosial yang satu ini merupakan media para profesional untuk saling terhubung. Tentu kehadiran KOTRA Jakarta yang menjadi username KOTRA Indonesia di LinkedIn berisikan unggahan mengenai berbagai program mereka untuk menarik para perusahaan maupun individu profesional yang sesuai dengan pasar dan kebutuhan dari KOTRA. Kemudian untuk memperbesar ketertarikan masyarakat Indonesia dengan KOTRA, pihak mereka pun turut menggunakan Youtube sebagai salah satu media dalam menyemarakkan promosi atas jasa dan berbagai program yang dimilikinya. Tentu unggahan yang dibagikan dalam format video tersebut dibuat untuk semakin bersifat interaktif dan informatif secara komprehensif dan kohesif.

### Grafik 4.2.1 Kegiatan B2B Kotra Indonesia



Membahas lebih lanjut mengenai kontribusi KOTRA Indonesia, pertama pada upaya B2B yang diselenggarakan oleh KOTRA Jakarta dalam menjalankan tugasnya terdapat beberapa instrumen yang dimanfaatkan. Adapun terlihat pada grafik 4.2.1 bahwa tahun 2019 tercatat terdapat sebelas *trade mission* yang berasal dari berbagai kota di Korea Selatan yang membahas beragam topik dan aspek bisnis. Selain itu terdapat sembilan belas *roadshow* dan *expo*. Selanjutnya terlampir dalam grafik tersebut untuk tahun 2020 hanya terdapat *roadshow* dan *expo* yang berjumlah enam. Dilanjutkan pada data dalam grafik untuk tahun 2021 tercatat memiliki tiga *trade mission* dan enam *roadshow* dan *expo*. Kemudian tahun 2022 pada data terlampir terdapat empat *trade mission* dan tiga *roadshow* dan *expo*.

Penyebaran informasi yang massif dan terpercaya pun menjadi hal penting yang mendukung kegiatan investasi berjalan dengan lancar. Melihat Kembali pentingnya pemetaan *referees* yang mewakili aspek dengan kredibilitas dan legitimasi. Pada KOTRA Indonesia disinilah digencarkannya pula mengenai *Investment Opportunities*, Adapun didahului dengan informasi mengenai zona-zona investasi asing di Korea Selatan. Untuk mendapatkan informasi tersebut pun KOTRA Indonesia kerap menegaskan dapat mengaksesnya melalui FTA Center dan IP Desk yang disediakan oleh mereka. Kedua hal tersebut tentu menjadi sorotan utama yang dipaparkan oleh KOTRA Indonesia yang guna mendukung kesuksesan dari berbagai kebutuhan kegiatan perdagangan dan investasi.

Lebih lanjutnya untuk mendukung kegiatan investasi dapat memanfaatkan

berbagai program acara yang merupakan sebagai instrumen dari diplomasi publik pula. Hal ini dilaksanakan untuk mendukung adanya *Investment Opportunities* yang digencarkan oleh KOTRA tersendiri dan *Investment Guide* sebagai acuan bagi para investor dalam melakukan penetrasi bisnis mereka.

KOTRA dalam pengembangan investasinya terdapat fokus IKMP (Invest Korea Market Place). Berbagai perusahaan yang telah terseleksi dan menyandang status ini tentu telah terjamin kredibilitasnya. Melalui hal inilah KOTRA Indonesia pun turut mempromosikan berbagai perusahaan Korea Selatan tersebut kepada para *receivers* melalui platform media sosial mereka yang merupakan bagian dari *Information Age Era* dewasa ini. Tidak hanya itu, pada perdagangan pun upaya ini kerap dilakukan dengan promosi produk yang sedang *trending* mengikuti permintaan yang kerap banyak diminati di pasar. Penggunaan platform media sosial secara aktif digunakan untuk membawa *traffic* kepada laman website mereka yang telah memiliki fitur untuk mengakomodasi segala kebutuhan *receivers* atau audiens sebagai *buyer* maupun *investor*.

Pada KOTRA Indonesia sangat memerhatikan fitur *Investment Guide* yang ditawarkan oleh KOTRA pusat. Bentuk panduan yang menjabarkan mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah setempat yang relevan dalam hal ini pada wilayah Indonesia berisikan mengenai kualifikasi dan persyaratan yang perlu dipenuhi dalam proses kegiatan investasi. Adapun KOTRA Indonesia sendiri kerap menyemarakkan informasi tersebut dan aktif melakukannya pada tahun 2021. Mengingat adanya situasi Covid-19 yang melanda dunia global. Alih-alih meredup atas pandemi, justru Korea Selatan memanfaatkan momentum ini sebagai waktu untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan bagi masyarakat Indonesia dan Korea Selatan atau *receivers* dalam penelitian ini terhadap informasi mengenai proses kegiatan investasi di Indonesia dan Korea Selatan melalui pemanfaatan internet. Tentu yang utama dibahas adalah mengenai eksplorasi manfaat

FTA itu tersendiri bagi perdagangan dan bentuk implementasi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha Korea Selatan di Indonesia.

Mengingat kembali bahwa dalam kegiatan investasi mengenai operasional bisnis pun merupakan hal yang penting pula. Mulai dari pembahasan mengenai perpajakan, bea cukai, HR, akuisisi. Pembubaran & likuidisasi, legalitas perusahaan, hukum mengenai investasinya tersendiri bagi PMA dan berbagai informasi kebijakan pemerintahan lainnya penting untuk diketahui dan dipelajari bagi para investor. KOTRA Indonesia secara aktif telah membedah pembahasan tersebut satu per satu melalui laman media sosial mereka dengan bentuk yang sangat interaktif. Begitu pun juga didukung dengan IP Desk yang siap membantu dengan berbagai pertanyaan yang mungkin saja muncul dari khalayak.

KOTRA Indonesia telah menjabarkan beberapa hal krusial yang mendasar baik bagi proses perdagangan dan juga investasi yang menjadi kebutuhan utama dalam memenuhi tujuan utama institusi ini. Adapun diantaranya seperti FTA yang membahas mengenai tarif preferensi atau keringanan bea masuk bagi importir dari Korea Selatan, informasi mengenai penjelasan produk *not wholly obtained*, sertifikasi wajib Indonesia yakni BPOM, informasi mengenai IKCEPA, kriteria prosedural sebagai salah satu dari tiga kriteria utama yang wajib dipenuhi untuk ASEAN-Korea FTA, kriteria pengiriman langsung dari AKFTA, angka pengenalan importir (API), informasi mengenai Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) antara 10 negara anggota ASEAN dengan lima negara mitra termasuk Korea Selatan, payung informasi untuk regulasi impor di Indonesia melalui Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 21 Tahun 2021, BTKI 2022 terkait perubahan kebijakan ekspor dan impor, informasi lebih lanjut mengenai tarif preferensi AKFTA Peraturan Menteri Keuangan Nomor 45/PMK.010/2022 yang telah diberlakukan bersamaan dengan Buku Tarif Kepabeanan Indonesia 2022, informasi mengenai hambatan non-tarif sebelum proses

impor produk yang merupakan bagian dari AKFTA, informasi lebih lanjut mengenai bea masuk tambahan selain dari bea masuk umum, informasi terkait ratifikasi RCEP dan IKCEPA, informasi mengenai SNI wajib & sukarela sebagai salah satu hambatan non-tarif saat impor, penjelasan mengenai implementasi tarif IKCEPA, AKFTA, RCEP, informasi terkait cara mengecek legalitas perusahaan di Indonesia, informasi terkait FTA dengan topik pembahasan "FTA A to Z Series" yang terdapat dalam bahasa Indonesia dan Korea. Hal-hal tersebutlah yang telah disebarkan dan disampaikan oleh KOTRA Indonesia untuk memberikan pengetahuan audiens mereka di media sosial.

Setelah membahas mengenai promosi kegiatan perdagangan dan investasi, selanjutnya terdapat *Contact KOREA* yang dinaungi oleh Korea Selatan. Tentunya dalam diplomasi publik seperti yang dijelaskan dalam literatur yang ditulis oleh Mohammad Ali Shirkhani dan Issa Adeli (2018) mengenai *Inverse Country of Origin Effect* bahwa citra suatu *brand* dapat memengaruhi citra negara asalnya. Pada hal ini kajian mengenai *soft power* yang digunakan untuk mencapai diplomasi publik melalui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat menciptakan citra dan menghasilkan efek tersebut. Kemudian dengan adanya situasi tersebut dituntutnya para aktor normatif untuk partisipasi aktif dan keterlibatannya dalam pelaksanaan diplomasi publik untuk berkolaborasi dengan para perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semakin terbentuknya citra yang kuat dan baik pada perusahaan Korea Selatan tentu semakin menjadikannya *referees* yang kredibel dan menarik minat para *receivers* baik dalam melakukan perdagangan ataupun investasi dengan mereka.

Pada KOTRA Indonesia kerap menyoroti berbagai perusahaan Korea Selatan yang sedang melaksanakan CSR di Indonesia. Seperti misalnya terdapat program *one village one product* yang dimulai sejak tahun 2013, kolaborasi aktif dengan para akademisi seperti yang terjadi pada Maret 2019 oleh guru besar

dari *Hankuk University Foreign Studies* di Korea Selatan Prof. Yang Seung Yoon dengan dosen di FISIP UGM yang membahas tentang ASEAN tengah menjadi pusat perhatian karena memiliki SDA dan SDM yang mumpuni, pengembangan ekosistem melalui pelatihan pada *KOTRA Jakarta startup entrepreneurship camp* di Bali dan Jakarta, diskusi umum secara langsung untuk pelatihan dan pengembangan wawasan staff KOTRA Jakarta dengan Duta Besar Korea Selatan Mr. Kim Chang Beom, promosi yang dilakukan Korea Selatan untuk posisi luang dari *World Champ* yang sedang mencari *partner* di Indonesia, pencarian untuk mitra dengan agensi Indonesia dengan *K-Lifestyle in ASEAN 2022*. Melalui citra yang kuat secara bisnis dan dari segi otoritas moral atas perusahaan-perusahaan Korea Selatan dalam membentuk nilai preferensi tersendiri.

Kembali pada aspek perdagangan tentunya terdapat tugas utama lainnya dari KOTRA yang lebih spesifik berfokus pada sistem pertahanan dan keamanan. Adapun proses perdagangan ini dinaungi oleh KODITS. Pada kegiatan perdagangan sistem pertahanan dan keamanan antara Korea Selatan dengan Indonesia digencarkan pula melalui program acara. Tahun 2021 silam mulai adanya sinkronisasi penyebaran informasi mengenai *business matchmaking* dalam bidang hankam dengan pemanfaatan *Information Age Era*. Melalui “Gyeongnam Aerospace & Defense 18-22 October 2021” terjalin 1:1 *Online Business Matchmaking* untuk meningkatkan hubungan dalam industri aviasi Korea Selatan dengan Indonesia.

#### 4.3 Pencapaian Kepentingan Nasional Korea Selatan Melalui KOTRA di Indonesia

Melihat serangkaian bentuk promosi yang telah dilakukan oleh KOTRA perlu adanya peninjauan terkait implikasinya terhadap pergerakan kegiatan perdagangan dan investasi antara Korea Selatan dengan Indonesia. Tentunya menjadi penting untuk melihat akumulasi data yang terjadi lima tahun ke belakang sejak tahun 2019. Melalui hal ini dapat kita pahami bagaimana nantinya peran KOTRA

sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan dalam meningkatkan kekuatannya di Indonesia. Mengingat sekali lagi berbagai pemanfaatan *Information Age Era* yang membawa lahirnya berbagai aktor baru dengan semakin pesatnya IPTEK. Membuat situasi dewasa ini semakin bervariasi instrumen diplomasi publik yang digunakan.

Peninjauan lebih lanjut terkait instrumen diplomasi publik yang berupa *trade mission* dan *roadshow & expo* yang telah dilaksanakan sejak tahun 2019 membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan perdagangan. Frekuensi pelaksanaan instrumen diplomasi publik tersebut nyatanya berbanding lurus dengan kelancaran dari perdagangan yang terjadi diantara kedua negara. Apabila kita lihat pada tahun 2019 bahwasanya *trade mission* dan *roadshow & expo* merupakan yang terbanyak dibandingkan dengan tahun-tahun selanjutnya. Tentu hal ini disebabkan karena situasi Covid-19 yang melanda dunia secara global. Menilik kembali pada tahun 2019 hingga berjalannya 2023 ini, perlu diketahui bahwa Korea Selatan kerap mengalami defisit neraca perdagangan terhadap Indonesia. Sehingga dari segi hal ini, kita dapat meninjau lebih lanjut bagaimana besaran defisit neraca perdagangan yang terjadi dari tahun ke tahun.

Perlu diketahui bahwa KOTRA merupakan badan yang bertugas sebagai promosi atas kegiatan perdagangan dan investasi Korea Selatan dengan berbagai negara mitranya. Melalui hal ini segala bentuk promosi diakomodasikan oleh institusi tersebut. Semakin aktifnya KOTRA melakukan promosi tentu memengaruhi tingkat kesadaran dan terpaparnya *receivers* atau masyarakat di negara mitra yang dituju pada kali ini Indonesia. Tercatat bahwa dengan frekuensi terbanyak upaya diplomasi publik Korea Selatan yang dilakukan KOTRA Indonesia pada tahun 2019 menghasilkan neraca perdagangan dengan defisit terkecil sebesar US\$1,170 juta selama lima tahun ke belakang. Kemudian pada tahun 2020 yang hanya diisi dengan *roadshow & expo* menghasilkan defisit neraca perdagangan

sebesar US\$1,282 juta. Pada tahun 2021 yang terdiri atas tiga *trade mission* dan enam *roadshow & expo* dengan total acara sebanyak sembilan menghasilkan defisit neraca perdagangan sebesar US\$2,175 juta. Lalu tahun 2022 terdapat empat *trade mission* dan tiga *roadshow & expo* dengan total acara tujuh menghasilkan defisit neraca perdagangan sebesar US\$5,519 juta. Bahkan pada berjalannya tahun 2023 masih terjadinya defisit neraca perdagangan sebesar US\$1,393 juta.

Melanjutkan pada proses memahami peran KOTRA dalam pencapaian kepentingan nasional segi investasi Korea Selatan di Indonesia perlu pemahaman berbeda dari perdagangan. Melihat Kembali fluktuasi besaran angka investasi asing yang diterima Indonesia dari Korea Selatan mengalami pasang surutnya terutama di tahun 2018 yang secara total investasi asingnya mengalami penurunan. Meskipun begitu, apabila kita melihat dari frekuensi perusahaan penerimanya justru meningkat. Selain dari tahun 2018, dapat kita lihat baik dari segi frekuensi total investasi asing dan perusahaan pun kian meningkat dari tahun ke tahun. Berdasar pada penelitian Buthe dan Milner (2008) mengenai investasi terdapat beberapa hal yang menentukan prosesnya. Hal-hal tersebut diantaranya yakni yang pertama mengenai faktor politik domestik atau kebijakan pemerintah setempat, kedua yakni institusi internasional dapat menjadi acuan pemerintah dalam rujukan komitmen yang terjamin kredibilitasnya, ketiga yakni *trade agreement* memiliki efek positif pada kegiatan investasi.

Meninjau lebih lanjut mengenai pesatnya perkembangan investasi Korea Selatan pada Indonesia tidak terlepas dari gencarnya pembahasan AKFTA, RCEP dan IKCEPA yang terjadi dalam skala internasional. Tentu saja institusi internasional yakni ASEAN memainkan peran penting untuk mendukung proses hubungan internasional yang terjalin pada AKFTA dan RCEP. Kedua hal tersebut pun memberikan manfaat yang besar bagi perekonomian Korea Selatan terutama dengan

Indonesia yang merupakan salah satu negara anggota ASEAN. Selain itu juga proses ratifikasi berbagai perjanjian internasional menjadi krusial untuk bisa menjadikannya sebagai kebijakan domestik yang absah. Seperti halnya pada IKCEPA untuk mendorong faktor politik domestik yang menarik sebagaimana hal tersebut merupakan menjadi sumber dari *soft power* tersendiri yang kemudian diratifikasi oleh Indonesia menjadi UU Nomor 25 Tahun 2022. Hal ini mendorong ketertarikan masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan investasi dengan Korea Selatan. Mengingat adanya transparansi dan aturan serta alur yang jelas merujuk pada kebijakan domestik baru yang muncul di Indonesia. Begitu juga sebaliknya dengan Korea Selatan yang memudahkan mereka dalam memetakan aturan dari segi relevansinya pada kebutuhan yang mereka miliki selama proses berlangsungnya hubungan antara pihak-pihak terlibat di kedua negara.

## PENUTUP

Upaya diplomasi publik melalui serangkaian pemanfaatan *Information Age Era* pada penggunaan instrumen yang variatif menjadi krusial dalam mendukung peran KOTRA. Semakin aktifnya KOTRA dalam pelaksanaan tugas mereka melalui upaya diplomasi publiknya pun memberikan efek positif pada keberhasilan misi mereka. Adapun KOTRA sendiri ditujukan sebagai badan promosi kegiatan perdagangan dan investasi yang diperuntukkan pada pembangunan perekonomian Korea Selatan. Penelitian ini ditutup dengan kesimpulan dan saran.

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mempertegas bahwasanya KOTRA sebagai upaya diplomasi publik Korea Selatan untuk meningkatkan kekuatan ekonominya di Indonesia menjadi efektif. Melalui KOTRA menjadi upaya diplomasi publik Korea Selatan sebagai badan promosi kegiatan perdagangan dan investasi dengan negara mitranya. Disinilah KOTRA sebagai *referees* yang dipetakan secara kredibilitas dan legitimasinya untuk menyasar *receivers* atau

masyarakat asing yang ditujunya. Dihadirkannya KOTRA yakni guna membentuk kedekatan secara langsung dengan masyarakat asing. Hal tersebut ditujukan untuk menghilangkan berbagai hambatan dan menjadi tujuan utama dari institusi ini dalam memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan dalam pembangunan perekonomian negaranya. Berbagai upaya yang ditempuh KOTRA Indonesia dalam mempromosikan perdagangan dan investasi dari negara Korea Selatan. Bahwa telah terbukti adanya efek positif pada frekuensi keaktifan KOTRA dalam menyelenggarakan berbagai acara sebagai instrumen diplomasi publik mereka terhadap tingkat angka perdagangan yang terjadi. Meskipun pada akhirnya Korea Selatan masih mengalami defisit neraca perdagangan. Akan tetapi melalui promosi mereka terutama pada AKFTA dan RCEP memberikan nilai preferensi tersendiri bagi Indonesia dalam menaungi kegiatan transnasional antara kedua negara tersebut. Terlebih dalam mengakselerasikan kegiatan investasi dari Korea Selatan ke Indonesia untuk mendapat keuntungan dan kemudahan dan begitu juga sebaliknya. Serta didorong juga dengan kehadiran IKCEPA yang kemudian diturunkan menjadi regulasi yang sah di Indonesia.

## 5.2 Saran

Penelitian ini menemukan bahwa adanya efek positif dari keterlibatan KOTRA terhadap proses perdagangan dan investasi Korea Selatan dengan Indonesia. Pada sisi lainnya penelitian ini juga menunjukkan bagaimana proses membentuk preferensi negara lain yang pada kali ini adalah Indonesia terkait ketertarikan mereka dengan Korea Selatan. Mengedepankan komunikasi dan keterhubungan secara langsung dengan masyarakat asing yakni masyarakat Indonesia menjadi hal krusial dan yang ditegaskan dalam proses KOTRA Indonesia dalam menjalankan tugas mereka. Hal ini didukung melalui serangkaian upaya yang digencarkan terutama pada program CSR menjadi contoh nyata kolaborasi aktif yang dibutuhkan dalam

diplomasi publik dengan para aktor baru yang kemudian dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi aspek investasi mengingat adanya efek *Inverse Country Origin*. Berdasar hasil penelitian ini, maka penelitian ini berpeluang untuk dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan konsep yang berbeda. Tentu penelitian ini juga dapat dilihat dari perkembangan instrumen yang digunakan nantinya serta efeknya terhadap hasil proses perdagangan dan investasi yang terus berlanjut antara Korea Selatan dengan Indonesia kedepannya.

## Daftar Pustaka

### Buku

Heywood, A. (2011). *Global Politics*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.

Jan. M. (2005). *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations First Edition*. New York: Palgrave Macmillan.

Mansbach, R. W & Taylor, K. L. (2018). *Third Edition Introduction to Global Politics*. New York: Routledge.

Nye, Jr., Joseph S. (2008). *Soft Power The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

Zuchri, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar, Indonesia: Syakir Media Press.

### Jurnal

Buthe, T. & Milner, H. V. (2008). *The Politics of Foreign Direct Investment Into Developing Countries: Increasing FDI Through International Trade Agreements?*. *American Journal of Political Science*, 52(4), 758.

Gurgu, E. & Cociuban, A. D. (2016). *The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization*. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 2, 125-141.

Jayanti, A. D., Suwartiningsih, S. & Ismoyo, P. J. (2019). *Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia Melalui Sektor Pendidikan*

Korea International Cooperation (KOICA).  
*Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin*,  
28(1), 11-28.

Nye, Jr., Joseph S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political Science*, No.616, P.107

Robertson, J. (2018). Organizational culture and public diplomacy in the digital sphere: The case of South Korea. *Asia Pac Policy Study*, 5, 672-682.

Shirkhani, M. A., & Adeli, I. (2018). Exploring The Role of Brands in Public Diplomacy. *Journal of World Sociopolitical Studies*, 2(4), 675-699.

### Situs Online

Asean-Korea Centre. (n.d.). Resources - Statistics. Asean-Korea Centre. Retrieved May 19, 2023, from <https://www.aseankorea.org/eng/Resources/figures.asp>

Buy Korea. (2023, June 13). Global Partnership. Retrieved July 15, 2023, from [https://www.buykorea.or.kr/gp/kotra/html/ko/info\\_gp/about.do](https://www.buykorea.or.kr/gp/kotra/html/ko/info_gp/about.do)

Contact Korea. (n.d). Contact Korea. Retrieved July 16, 2023, from [https://contactkorea.kotra.or.kr/jsp/en/intro/intro2\\_2\\_en.jsp](https://contactkorea.kotra.or.kr/jsp/en/intro/intro2_2_en.jsp)

Invest Korea. (n.d.). Invest Korea. Retrieved July 16, 2023, [www.investkorea.org](http://www.investkorea.org)

Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul, Republik Korea. (n.d.). Kedutaan Besar Republik Indonesia, di Seoul, Republik Korea. Retrieved April 24, 2023, from [https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan\\_bilateral/558/etc-menu](https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu)

KLRI. (n.d.). Korea Trade-Investment Promotion Agency Act. KLRI. Retrieved April 24, 2023, from [https://elaw.klri.re.kr/eng\\_mobile/viewer.do?hseq=52965&type=part&key=28](https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=52965&type=part&key=28)

KODITS. (n.d). KODITS. Retrieved July 16, 2023, from <https://www.kotra.or.kr/kodits/contents/view?contentsNo=1&levl=2&menuNo=1&topMenuNo=1>

KOTRA. (n.d.). buyKOREA for Buyers. Retrieved July 15, 2023, from [www.buykorea.or.kr](http://www.buykorea.or.kr)

Korea International Trade Association. (n.d.). K-STATISTICS Specific Country. KITA.ORG. Retrieved May 19, 2023, from [http://kita.org/kStat/byCount\\_SpeCount.do](http://kita.org/kStat/byCount_SpeCount.do)

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2023, February 7). Indonesia's Economy Grows by 5.31% in 2022. Cabinet Secretariat of The Republic of Indonesia. Retrieved May 22, 2023, from <https://setkab.go.id/en/indonesias-economy-grows-by-5-31-in-2022/>

The World Bank. (n.d.). GDP growth (annual %) - East Asia & Pacific (excluding high income) | Data. World Bank Data. Retrieved May 22, 2023, from [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKT.P.KD.ZG?locations=4E&most\\_recent\\_value\\_desc=false](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKT.P.KD.ZG?locations=4E&most_recent_value_desc=false)

The World Bank. (n.d.). Population, total - Indonesia. The World Bank. Retrieved May 19, 2023, from [https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2021&locations=ID&most\\_recent\\_value\\_desc=true&start=2021&view=map](https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2021&locations=ID&most_recent_value_desc=true&start=2021&view=map)  
<https://oec.world/en/profile/bilateral-country/kor/partner/vnm#:~:text=Overview%20In%20May%202023%2C%20South,%242.17B%20to%20%241.92B.>  
<https://www.phnompenhpost.com/business/south-korea-exports-climb-282-record-june>

Kotra Jakarta. (n.d) Instagram. Retrieved Aug 20, 2023, from <https://www.instagram.com/kotra.jakarta/?hl=en>