

BAB II

EKOSISTEM DIGITAL DAN BUDAYA DI KOREA SELATAN

Perkembangan teknologi merupakan suatu kondisi yang tidak dapat dihindari. Kondisi ini disebabkan oleh mulai sadarnya masyarakat global terhadap pentingnya teknologi di kehidupan manusia. Dahulu manusia masih menggunakan mesin yang digerakan oleh tenaga manusia, tetapi kini mesin-mesin dapat digerakan hanya dengan memanfaatkan sumber energi tertentu. Saat ini juga, negara-negara berkemampuan teknologi tinggi, seperti Korea Selatan, sedang memfokuskan negaranya dalam tren perkembangan teknologi AI. Perkembangan ini turut mempengaruhi aspek kebudayaan yang identik dengan alat diplomasi kebudayaan Korea Selatan. Pada Bab II ini, akan menjelaskan mengenai bagaimana kondisi perkembangan teknologi digital di Korea Selatan, bagaimana perkembangan teknologi AI di Korea Selatan, kondisi diplomasi budaya di Korea Selatan yang memanfaatkan K-POP, serta gambaran umum mengenai aktor non-pemerintah yang aktif dalam memproduksi budaya K-POP.

2.1. Transformasi Digital di Korea Selatan

Transformasi Digital adalah sebuah proses perubahan dalam suatu ekosistem yang memanfaatkan integrasi menggunakan teknologi digital. Perubahan ini meliputi segala aspek yang ada di kehidupan manusia. Transformasi Digital biasanya dilakukan untuk memudahkan dalam upaya pencapaian tujuan. Selain itu, Transformasi Digital juga diberlakukan untuk meningkatkan kinerja serta memicu terjadinya inovasi-inovasi seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi (Shoikova, 2021, 1-8).

Transformasi Digital diberlakukan dengan memanfaatkan teknologi seperti *Cloud Computing*, *Big Data Analytics*, *Internet of Things*, dan teknologi AI. *Cloud Computing*, merupakan sebuah metode yang memanfaatkan sebuah kepraktisan dengan cara mengirimkan berbagai layanan hanya dengan bermodalkan internet (Barus et al., 2024, 904-911). Berbeda dengan *Cloud Computing*, *Big Data Analytics* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam mengelola *Big Data*, sebuah kumpulan data yang besar dan bervariasi (Maryanto, 2017, 14-19) (Hemlata & Gulia, 2016, 1-4). *Digital Transformation* juga memanfaatkan *Internet of Things*, yaitu sebuah konsep yang merujuk pada terintegrasinya segala jenis benda dalam kehidupan nyata menjadi satu kesatuan dengan mengandalkan jaringan internet (Efendi, 2018, 20). Terakhir, *AI Technology* atau Teknologi Kecerdasan Buatan yang merupakan modifikasi algoritma dan model matematika yang memungkinkan komputer untuk membaca dan menganalisis data sehingga mampu mengambil keputusan secara cerdas (Eriana & Zein, 2023, 1-13). Keempat aspek teknologi inilah yang menyokong transformasi digital dan memicu efisiensi serta inovasi.

Transformasi Digital sendiri penting untuk diberlakukan. Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya perubahan. Segala bentuk konvensional kini telah beralih pada pemanfaatan teknologi digital. Dengan kata lain, teknologi konvensional kini telah dianggap tertinggal. Fenomena inilah yang disebut sebagai *Digital Disruption*, yaitu sebuah gangguan atau kehancuran yang tercipta karena teknologi digital (Irwanto, 2023, 1-10). Kemudian, Transformasi Digital merupakan skema terbaik yang dapat digunakan untuk menghindari terjadinya *Digital Disruption* tersebut (Irwanto, 2023, 1-10).

Alasan lain mengapa Transformasi Digital penting untuk diberlakukan adalah berbagai bentuk manfaat yang dapat dicapai. Selain membawa efisiensi dan juga inovasi, Transformasi Digital mampu menjadi sumber pengetahuan untuk mengetahui pasar-pasar baru yang tersedia dan jenis konsumen seperti apa yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan bisnis atau organisasi. Transformasi Digital juga mampu memangkas biaya terutama pada biaya pemanfaatan infrastruktur yang berbentuk fisik (IMD Business School, 2024). Kondisi-kondisi di atas kemudian memicu negara dalam melakukan Transformasi Digital. Salah satu negara tersebut adalah Korea Selatan.

Di era Presiden Moon Jae-in, Pemerintah Korea Selatan bertekad menjadikan negaranya sebagai pusat dari digitalisasi (Korea IT News, 2020). Hal ini disampaikan oleh Presiden Korea Selatan tersebut pada Perayaan Tiga Tahun Pelantikannya yang diselenggarakan di National Press Center, Chunchukwan pada tahun 2020 lalu. Tujuan dan komitmen ini ditujukan untuk menjadikan Korea Selatan sebagai pelopor yang mampu menguasai industri teknologi global. Menurut Presiden Moon jae-in, Korea Selatan telah memiliki infrastruktur yang memadai dan dapat dikatakan terbaik di dunia sehingga ini menjadi sebuah peluang tersendiri bagi Korea Selatan. Kondisi ekonomi digital yang merebak merupakan sebuah tren yang harus diikuti. Oleh karena itu, Presiden Moon Jae-in menjadikan digitalisasi sebagai tugas negara yang berada di urutan teratas (Korea IT News, 2020). Dukungan dari Pemerintah Korea Selatan serta infrastruktur yang dikatakan memadai kemudian menjadikan Korea Selatan memiliki peluang yang besar dalam menjalankan Transformasi Digital.

Peluang yang muncul tadi tidak terlepas dari sejarah perkembangan teknologi di Korea Selatan. Di Era Dinasti Joseon, yaitu pada tahun 1392 - 1910, Kerajaan Korea Selatan memiliki kebijakan isolasi terhadap nilai-nilai asing (Lew, 2000, 17-21). Saat itu, Kerajaan Korea memandang bahwa budaya dan teknologi barat dapat merusak tatanan nilai di Korea. Hal ini bersumber dari ideologi konfusianisme yang menjadi ideologi utama saat itu dan anggapan bahwa nilai-nilai barat tersebut dapat mengancam ideologi (Millett, n.d.). Walaupun teknologi dan budaya barat dikatakan sebagai kunci menuju peradaban baru, tetapi Kerajaan Korea tidak mengindahkan hal tersebut (Kim, 2017, 344).

Isolasi yang dilakukan Kerajaan Korea saat itu meliputi penutupan perbatasan darat dan pesisir. Kerajaan Korea tidak segan dalam mengatasi pelanggar yang mencoba memasuki wilayah Korea. Kerajaan Korea pernah membakar sekunar milik pedagang Amerika yang berlayar di Sungai Taedong tanpa seizin dari Kerajaan Korea. Selain itu, di tahun-tahun sebelumnya yaitu pada tahun 1780-an, Kerajaan Korea mengeluarkan dekrit pelarangan Katolikisme. Orang-orang pengikut Agama Katolik saat itu mendapat penganiayaan hingga mereka harus berpindah agama (Lew, 2000, 17-21).

Seiring berjalannya waktu, Kerajaan Korea menyadari bahwa masuknya nilai-nilai termasuk teknologi barat tidak dapat dihindari lagi. Kesadaran ini juga muncul seiring dengan desakan dari Pemerintah Jepang. Pemerintah Jepang mengancam menggunakan kapal perangnya agar Kerajaan Korea mau membuka pintunya. Dari kondisi tersebut, maka Kerajaan Korea menandatangani Perjanjian Ganghwa di tahun 1876 (Asrori, 2024, 32-42). Oleh karena itu, muncullah sebuah

adaptasi terhadap nilai termasuk sains dan teknologi asing. Adaptasi ini berupa pengadopsian teknologi barat yang berupa teknologi militer. Tetapi, adopsi ini dibatasi dengan tatanan sosial dan moral yang masih dianut oleh Korea (Kim, 2017, 344).

Perjanjian Ganghwa kemudian memicu terjadinya invasi Jepang ke Korea. Jepang berhasil menguasai Korea di tahun 1910. Perjanjian Ganghwa juga menjadi titik dimulainya perkembangan teknologi militer oleh Jepang sebagai upaya untuk bersaing dengan teknologi barat. Ambisi Jepang juga semakin meluas hingga ingin menguasai Kawasan Asia Timur (Asrori, 2024, 32-42).

Di era kolonialisme ini, sains dan teknologi dikuasai penuh oleh Jepang terutama teknologi militer. Tujuan untuk mendirikan kekaisaran Jepang merupakan fokus utama. Oleh sebab itu, kebutuhan akan tenaga teknis sebagai alat pendukung dibutuhkan. Sumbernya didapat dari masyarakat Korea dengan melalui cara paksaan. Kemudian dalam prosesnya, tenaga kerja tidak berpartisipasi secara penuh. Begitu juga dengan pembelajaran dan praktik yang hanya dilakukan melalui pembelajaran dan praktik secara mendasar. Tetapi hal ini justru menjadi titik awal masyarakat Korea merasakan konsep industrialisasi yang dikepalai oleh sebuah negara atau terpusat. Sehingga kemudian masyarakat mulai sadar akan pentingnya industrialisasi dan penggunaan sains dan teknologi untuk membangun negara (Kim, 2017, 346).

Pemerintah Korea berhasil melawan imperialisme dan mencapai kemerdekaan pada 15 Agustus 1945. Dalam upaya mencapai kemerdekaan, Pasukan Tentara Korea mendapat bantuan dari Amerika berupa pelatihan militer

secara khusus. Selain itu, kemenangan pada Perang Dunia Ke-2 juga berimbas pada kemerdekaan Korea (Korea.Net, n.d.). Setelah itu, Korea mengalami pembagian wilayah di mana Amerika yang berideologi Kapitalis memiliki kendali atas Korea bagian Selatan. Sedangkan di sisi Utara, dikendalikan oleh Uni Soviet yang berideologi Komunis. Di saat itulah gesekan karena ideologi menjadi sering terjadi hingga mengakibatkan Perang Korea pada 25 Juni 1950 - 27 Juli 1953 (KBS World Radio, 2020).

Pasca Kemerdekaan dan Perang Korea, Korea Selatan dipimpin oleh Park Chun Hee. Park Chun Hee memiliki orientasi terhadap upaya pembangunan nasional. Inspirasi ini didapatkan saat Park Chun Hee menyaksikan sendiri terjadinya Restorasi Meiji di Jepang saat ia masih menjabat sebagai Perwira Angkatan Darat Kwantung Jepang selama Perang Pasifik (Kim, 2017, 352). Restorasi Meiji ini terjadi di Jepang pada tahun 1866 - 1869. Kondisi krisis ekonomi yang terjadi akibat kebijakan isolasi yang diterapkan oleh Shogun memicu gerakan anti-Shogun. Hingga pada akhirnya memunculkan Restorasi Meiji yang disiasati oleh Kaisar Meiji dan berdampak pada kondisi Jepang yang menjadi negara industri (Ningsih & Nailufar, 2021). Kesuksesan inilah yang kemudian menginspirasi Park Chun Hee.

Dalam praktiknya, Park Chun Hee mendorong terciptanya pembangunan nasional dan ekonomi mandiri yang berbasis sains dan teknologi. Hal ini dibuktikan dengan pidatonya di tahun 1966 yang menyatakan bahwa sains dan teknologi merupakan kunci dari kekuatan produksi dan sumber daya untuk mempercepat pembangunan ekonomi. Sehingga kemudian Pemerintah Korea Selatan

mengawalinya dengan mendirikan Kementerian Sains dan Teknologi, *Korean Institute of Science and Technology* (KIST) (1966), dan *Korean Advanced Institute of Science* (KAIS) (1970) (Kim, 2017, 352).

Korean Institute of Science and Technology (KIST) didirikan pada tahun 1966. KIST didirikan pasca Pemerintah Korea Selatan mengeluarkan rencana pembangunan nasional. Pasca Perang Korea, KIST menjadi lembaga penelitian pertama yang didirikan untuk menjadi dasar dalam upaya pembangunan ekonomi nasional. Setelah membantu dalam pembangunan nasional, kini KIST bertekad untuk membantu dalam menyelesaikan masalah-masalah nasional. KIST berusaha akan mengembangkan bioteknologi terutama dalam penggabungan kasus-kasus otak, robotika, semikonduktor, serta teknologi tanggap bencana. KIST juga bertekad untuk membantu masyarakat global dalam pengembangan teknologi melalui pemberian bantuan pembangunan (KIST School, n.d.).

Di tahun 1967 Pemerintah Korea mendirikan Ministry of Science and Technology. Pendirian ini ditujukan untuk pembuatan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan sains dan teknologi di Korea Selatan. Kementerian Sains dan Teknologi kemudian membuat rencana pengembangan sains dan teknologi sebagai upaya untuk menjalankan fungsinya. Rencana awal adalah dengan membangun infrastruktur yang memadai dengan membangun Institut Sains dan Teknologi Korea (Kim, 2017, 354).

Setahun berikutnya yaitu pada 1971, pemerintah Korea Selatan mendirikan *Korea Advanced Institute of Science* yang ditujukan untuk pengembangan kemampuan berpikir kritis dalam bidang sains di Korea Selatan. Di tahun 1981,

KIST dan KAIS digabung menjadi satu dan menyandang nama baru yaitu *Korea Advanced Institute of Science and Technology* (KAIST). Penggabungan ini merupakan sebuah upaya untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak akibat dari ekonomi internasional yang berkembang semakin pesat sedangkan Korea Selatan masih cukup tertinggal (Kim, 2017, 344).

KAIST memiliki lima fakultas yang terdiri dari, *College of Natural Sciences*, *College of Life Science and Bioengineering*, *College of Engineering*, *College of Liberal Arts and Convergence Science*, dan *College of Business*. Hadirnya kelima fakultas ini menjadi harapan bagi KAIST untuk menjadi pendidik yang mampu mengarahkan dan memimpin inovasi bagi kesejahteraan. KAIST. Terhitung di tahun 2024 ini KAIST memiliki total 11.999 murid. KAIST juga berhasil meluluskan sebanyak 79.110 siswa (KAIST, n.d.).

Tidak hanya kelembagaan negara yang dibentuk, pemerintah Korea Selatan juga memastikan diwajibkannya pembentukan badan atau lembaga *R&D* di setiap perusahaan swasta. Hal ini bertujuan agar perusahaan swasta juga dapat mengimbangi pesatnya perkembangan dalam persaingan ekonomi internasional. Diwajibkannya pembentukan lembaga *R&D* oleh perusahaan swasta didukung oleh pemerintah Korea Selatan dalam pemberian dukungan finansial dan juga insentif pajak. Selain itu, perusahaan besar juga didorong untuk mendirikan pusat penelitian, sedangkan untuk perusahaan menengah dan kecil diberi instruksi untuk menyelenggarakan konsorsium. Tercatat pada pertengahan 1980-an sudah terbentuk sebanyak 129 lembaga penelitian dan juga 18 konsorsium yang beroperasi secara aktif (Arnold, 1988, 442). Pemerintah Korea juga mendirikan

Korea Technology Development Corporation sebagai lembaga yang memberi bantuan secara finansial terhadap pengembangan teknologi. Di tahun 1984, pemerintah Korea Selatan semakin memperkuat upayanya dengan mendirikan *Science and Technology Council* (Arnold, 1988, 344).

Transformasi digital di Korea Selatan berlanjut pada era berikutnya dengan masuknya internet ke wilayah Korea Selatan. Internet mulai beroperasi pada tahun 1982 (Chon et al., 2005, 1-16). Saat itu, komputer di Universitas Nasional Seoul berhasil dihubungkan dengan komputer lain yang berada di Institut Teknologi Elektronik Korea. Menyusul setahun kemudian, komputer KAIST berhasil dihubungkan dalam sistem yang kemudian membentuk sebuah jaringan internet secara domestik. Keberlanjutan jaringan ini berlanjut pada penghubungan terhadap jaringan-jaringan yang lebih luas di kawasan Asia yaitu dalam jaringan *AsiaNet* (Chon et al., 2005, 1-16).

Semakin meluasnya jaringan ini yang semula hanya dalam lingkup domestik memicu pembentukan *Internet Policy Center*. Pemerintah Korea Selatan membentuk *Academic Network Committee* yang bertugas untuk mengelola penggunaan internet agar lebih sistematis dan juga efisien. ANC bertindak sebagai perwakilan utama Korea dalam asosiasi jaringan internasional. Pada tahun 1994, ANC berganti nama menjadi *Korea Network Committee*. Pada tahun 1998, KNC berganti nama menjadi *Number and Name Committee* (Chon et al., 2005, 1-16).

Perkembangan internet di Korea Selatan berlangsung hingga munculnya generasi terbaru yaitu 5G. 5G menawarkan kecepatan yang melebihi jaringan sebelum-sebelumnya. 5G berhasil difungsikan pertama kali pada April 2019. Korea

Selatan berhasil menjadi negara pertama yang berhasil mengembangkan teknologi 5G. Angka pelanggan 5G terhitung sudah mencapai angka hampir 12 juta pada akhir tahun 2020 atau setara dengan 20% dari keseluruhan pengguna jaringan (Massaro & Kim, 2022, 1-18). Munculnya 5G tidak terlepas dari peran pemerintah yang aktif dalam membuat lembaga khusus yang dikhususkan untuk tujuan pengembangan teknologi ini. Pemerintah Korea juga aktif dalam memberikan insentif dana. Selain itu, masyarakat Korea sendiri juga telah memahami kemajuan teknologi. Sehingga keberadaan 5G pun didukung secara penuh oleh masyarakatnya (Massaro & Kim, 2022, 1-18).

Selain internet, Korea Selatan juga secara aktif dalam digitalisasi melalui teknologi robot. Salah satu perusahaan teknologi besar di Korea Selatan, LG, memperkenalkan pada publik sebuah robot pemandu pada tahun 2017. Robot ini beroperasi di Bandara Internasional Incheon. Robot ini berfungsi sebagai pemandu yang dapat membantu turis dalam menunjukkan arah dan memberikan informasi. Robot ini juga dilengkapi kemampuan bahasa Korea Selatan, Inggris, Jepang, dan Mandarin untuk lebih memudahkan para wisatawan (KBS WORLD INDONESIA, 2018).

Transformasi Digital di Korea Selatan semakin diperkuat dengan dirilisnya Strategi Digital Korea. Strategi ini dirilis dan diumumkan pada 28 September 2022 tepat pasca Inisiatif New York (21 September 2022). Strategi ini terbentuk untuk mendukung visi Pemerintah Korea Selatan yang ingin menjadi negara terbaik dalam inovasi digital. Strategi ini meliputi upaya pencapaian kemampuan digital terbaik di dunia, strategi untuk ekonomi digital, strategi untuk masyarakat, hingga

implementasi digital pada pemerintahan. Pemerintah Korea Selatan juga akan memfokuskan dana investasinya untuk tahun 2023 ke beberapa pengembangan teknologi seperti AI, Semikonduktor, 5G dan 6G, *Quantum*, *Metaverse*, dan Keamanan Siber (Ministry of Science and ICT, 2022).

Di era sekarang, pemerintah Korea Selatan sedang gencar dalam mengembangkan teknologi AI. Gencarnya Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan teknologi AI tidak terlepas dari tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Selain itu, dimulainya pengembangan teknologi AI menandakan masuknya babak baru dari transformasi digital dan perkembangan teknologi di Korea Selatan. Oleh karena itu, perkembangan teknologi AI akan dikaji pada sub - bab selanjutnya.

2.2. Perkembangan Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) di Korea Selatan

Pemerintah Korea Selatan telah menaruh minat yang tinggi dalam pengembangan teknologi AI. AI sendiri merujuk pada kemampuan mesin atau PC dalam mengelola aktivitas atau mengelola keputusan-keputusan tertentu. Keputusan-keputusan ini dihasilkan dari proses analisis data (Eriana & Zein, 2023, 1-13). Dengan kata lain, *AI* merupakan mesin yang mampu menginterpretasikan segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh manusia berdasarkan data yang ada. Kemampuan inilah yang menjadikan teknologi AI diminati oleh Pemerintah Korea Selatan.

Minat yang tinggi ini ditunjukkan melalui pernyataan Presiden Moon Jae-in pada 28 Oktober 2019. Presiden Moon Jae-in menyatakan bahwa saat ini merupakan era bagi teknologi AI. Hal ini mengikuti berbagai peristiwa yang terjadi di Korea Selatan, tetapi dapat teratasi dengan mudah dengan bantuan teknologi AI.

Hal ini menunjukkan bahwa teknologi AI telah merambah dan mengubah cara hidup manusia. Selain itu, teknologi ini juga dianggap telah memunculkan tren atau inovasi baru dalam industri-industri di Korea Selatan (Ministry of Science and ICT, 2019).

Komitmen-komitmen Pemerintah Korea Selatan kemudian mendorong pada penciptaan Strategi Nasional. Strategi ini merupakan kelanjutan dari “*Presidential Initiative for AI*” pada bulan Oktober, tahun 2019 lalu. Strategi ini juga mengandung visi dari Pemerintah Korea Selatan terhadap keberlangsungan teknologi AI di Korea Selatan, visi tersebut yaitu, “*Toward AI World Leader Beyond IT*”. Strategi nasional yang dituliskan pemerintah Korea Selatan ini meliputi beberapa aspek seperti bagaimana prospek dari AI, visi dan tujuan pemerintah Korea Selatan, strategi, hingga tata kelola terhadap teknologi AI (Ministry of Science and ICT, 2019).

Pada tahun 2022, Pemerintah Korea Selatan kembali merilis program terkait dengan teknologi digital dimana teknologi AI menjadi salah satu fokus dalam program tersebut. Program ini diberi nama *2022 Digital New Deal Action Plan*. Program ini merupakan keberlanjutan dari *Digital New Deal* yang dirilis pada tahun sebelumnya dan masih menjadi rencana untuk pembangunan nasional pasca COVID-19. Pemerintah kemudian akan mengalokasikan dana sejumlah 9 Triliun Won. Sejumlah 5,9 Triliun Won akan digunakan untuk pembangunan ekosistem D.N.A termasuk di dalamnya untuk teknologi AI. Sejumlah 0,8 Triliun Won akan diberikan untuk pembangunan industri *hyper-connected* seperti *Metaverse* (MSIT, 2022).

Keberadaan strategi teknologi AI di Korea Selatan yang dirilis pada tahun 2019 berujung pada pembentukan kebijakan-kebijakan kurikulum pendidikan yang mengarah pada persiapan penguasaan dan inovasi teknologi AI di masa mendatang. Dari segi kurikulum, Pemerintah Korea Selatan telah menerapkan kurikulum Revisi 2015 yang menekankan terhadap pendidikan *software* untuk Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah. Kemudian, di tahun 2020 mata pelajaran AI Dasar dan AI Matematika telah diterapkan pada Sekolah Menengah Atas. Penambahan mata pelajaran ini diiringi dengan diterbitkannya buku-buku ajar dasar-dasar AI. Buku ini berisikan mulai dari pengertian hingga pengaplikasian teknologi AI (Lee et al., 2022, 429).

Pemerintah Korea Selatan kini telah merevisi Kurikulum 2022 untuk tahun 2025. Dalam kurikulum ini, pemerintah lebih menekankan terhadap pentingnya pendidikan perangkat lunak dan AI. Bersamaan dengan revisi ini, Kementerian Pendidikan Korea merilis *Education Policy Directions and Core Tasks in the Era of Artificial Intelligence*. Dalam rencana ini, pemerintah membagi tiga tahapan yang berguna sebagai patokan. Tahapan ini terdiri dari tahap persiapan (2020 - 2022), tahap internalisasi (2023- 2024), dan tahap pengenalan kurikulum baru (2025) yang diharapkan telah memenuhi ekspektasi yang diharapkan (Lee & Jeon, 2023, 1-2).

Selain di Pendidikan Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah, keberadaan teknologi AI kini juga telah dianggap penting di beberapa universitas. Beberapa universitas terkenal di Korea Selatan seperti KAIST, *Korea University, Seoul National University*, dan *Yonsei University*, memiliki sekolah atau departemen AI. KAIST memiliki *The Kim Jaechul Graduate School of AI* yang didirikan pada tahun

2019 (KAIST AI, 2019). Pada tahun yang sama, Korea University juga mendirikan Departemen AI pasca dirilisnya Strategi Nasional AI Korea (Korea University, 2021). *Seoul National University* memiliki AIIS (*Artificial Intelligence Institute*) yang berfokus pada riset penelitian teknologi AI (Seoul National University, 2021). AIIS di bawah SNU juga menawarkan program beasiswa *Youlchon AI Scholarships*. Beasiswa ini merupakan bentuk kerjasama dengan *Nongshim Yulchon Foundation* yang ditujukan untuk mendukung generasi muda dalam mengembangkan riset dan penelitian di bidang teknologi AI (Artificial Intelligence Institute Seoul National University, 2021). Sedangkan, Departemen AI di *Yonsei University* baru dibuka pendaftaran pada tahun 2022 setelah universitas ini mendirikan *Graduate School of Artificial Intelligence* di tahun 2019 (Yonsei University, 2022).

Pemerintah Korea Selatan turut mendorong terciptanya iklim teknologi AI di lingkungan masyarakat dengan menerapkan konsep *Smart City*. *Smart City* merupakan konsep suatu lingkungan atau tempat yang mengalami perkembangan dari yang konvensional menjadi lebih modern dengan memanfaatkan teknologi informasi, digital, dan telekomunikasi (Mohanty, 2016, 61-62). Perubahan ini kemudian ditujukan agar manusia mampu terpenuhi kepentingannya secara lebih efisien. Oleh karena itu, konsep ini pasti identik dengan pelayanan publik yang dapat diakses oleh masyarakat. Konsep *Smart City* juga identik dengan upaya untuk mengatasi masalah lingkungan maupun kependudukan.

Pemerintah Korea Selatan telah membuat program baru untuk *Smart City*. Program yang dirilis pada tahun 2024 ini dibuat untuk mendorong pemerintah

daerah untuk ambil bagian dalam penanganan masalah-masalah global misalnya netralitas karbon atau bisa juga krisis iklim. Selain masalah global, masalah yang dihadapi oleh pemerintah daerah juga akan diupayakan untuk diatasi dengan konsep *Smart City*. Masalah-masalah ini berkaitan dengan penurunan populasi yang dialami pemerintah korea. Rencana ini juga akan membangun *Smart City* dengan memanfaatkan strategi yang mengintegrasikan kota dengan teknologi AI dan juga *Digital Twin* (Ministry of Land, Infrastructure, and Transport The Republic of South Korea et al., 2024, 6 - 15).

Masyarakat diperkenalkan dengan *Smart City* dalam bentuk *Metaverse* melalui *Metaverse Seoul*. *Metaverse* merupakan sebuah konsep di mana terdapat sebuah ide memindahkan dunia fisik ke dalam dunia virtual (de Almeida, 2023, 1-3). *Metaverse Seoul* dirilis oleh *Seoul Metropolitan Government* pada tahun 2023. Melalui platform ini, masyarakat dapat mengunjungi beberapa tempat ikonik seperti *Namsan Seoul Tower* atau *Gyeongbokgung Palace* secara virtual (World Economic Forum, 2023). *Metaverse Seoul* memfokuskan pada tiga nilai utama yaitu, kebebasan, inklusivitas, serta koneksi (Seoul Metropolitan Government, 2023).

Selain *Metaverse Seoul*, masyarakat Korea juga diperkenalkan pada AI yang berada di sektor Smart City sekaligus sektor lingkungan. Teknologi ini berada di Kota Gimhae, Provinsi Gyeongsang Selatan. Teknologi yang diterapkan di kota ini berkaitan dengan teknologi *Circular Resource Recovery Robot*. Teknologi ini berfungsi untuk membantu dalam pengelolaan dan pengklasifikasian barang-barang yang dapat didaur ulang. Hal ini merupakan upaya untuk meningkatkan partisipasi

masyarakat dalam kepedulian terhadap menjaga lingkungan. Pemerintah Kota Gimhae kemudian mencanangkan upaya pemasangan 30 robot di 26 titik. Rencana ini diupayakan untuk dijalankan di tahun 2026. Persiapan yang diperlukan oleh Pemerintah Kota Gimhae adalah dana sekitar 20 Juta Won untuk harga per unitnya. Tujuan dari proyek ini adalah mengupayakan efisiensi dalam proses daur ulang, pengurangan limbah, hingga pelestarian lingkungan (Ministry of Land, Infrastructure, and Transport the Republic of South Korea et al., 2024, 105).

Kondisi pada sektor industri juga mulai gencar dalam mengembangkan teknologi AI. Kondisi ini muncul setelah Pemerintah Korea Selatan membentuk strategi nasional berupa memasukan teknologi AI di berbagai sektor industri. Tujuan dari strategi ini adalah untuk membuktikan bahwa Korea Selatan merupakan negara yang mampu dalam hal pengembangan teknologi AI. Sektor-sektor yang akan difokuskan diantaranya adalah sektor manufaktur, bio dan medis, *smart city*, transportasi atau logistik, energi, lingkungan, network, pertanian dan perikanan, seni budaya, *legal affairs*, hingga pertahanan nasional (Ministry of Science and ICT, 2019).

Di sektor industri transportasi, Korea Selatan berhasil merealisasikan *Autonomous Vehicles* dalam bentuk bus. *Autonomous Vehicles* merupakan konsep di mana kendaraan memiliki kemampuan untuk beroperasi dalam kurun waktu yang lama tanpa memerlukan bantuan manusia (Bartneck & Lutge, 2021, 83-84). Bus yang diberi nama *A21* ini, dikembangkan oleh perusahaan *Smart YoUr Mobility*. Perusahaan ini telah melakukan riset dan penelitian kurang lebih selama empat tahun untuk mengembangkan teknologi ini. *A21* ini kemudian menjadi bus pertama

yang memiliki sistem kemudi otomatis. Dikatakan oleh Park Sang-Uk, selaku kepala operasi di SUM, yang menjadi dasar dalam ide penciptaan kendaraan ini adalah minimnya keinginan pengemudi yang mengemudi bus terutama di malam hari. Sehingga keberadaan kendaraan ini merupakan sebuah inovasi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut (Lee, 2024).

A21 beroperasi di jalur bus sepanjang 9,8 km antara stasiun kereta bawah tanah Hapjeong dan Dongdaemun. Pemilihan jalur ini karena banyaknya orang yang melalui jalur ini di malam hari. Bus ini kemudian akan beroperasi mulai dari jam 11.30 malam hingga 5.10 pagi. Kemudian, bus ini tidak memasang tarif selama masa percobaan, tetapi penumpang diwajibkan memiliki kartu pintar yang berfungsi untuk mendapatkan diskon transfer transit (Theresia & Kang, 2023).

Walaupun dapat berjalan secara otomatis, ada beberapa hal yang berkaitan dengan keamanan yang tetap harus diperhatikan. Misalnya adalah, mewajibkan pemakaian sabuk pengaman oleh para penumpang. Mekanisme keamanan lainnya adalah pengemudi dapat melakukan tindakan mengambil alih apabila terjadi keanehan dalam sistem. Oleh karena itu, *Society of Automotive Engineers* yang berbasis di Amerika Serikat mengatakan bahwa teknologi ini berada di level tiga dalam kategori *Autonomous Vehicle*. Level ini adalah level di mana kendaraan otomatis ini masih membutuhkan campur tangan manual atau masih mengandalkan manusia (Lee, 2024).

Sektor industri lain yang mulai berfokus terhadap AI adalah sektor industri budaya populer K-POP. Bentuk budaya baru ini dipopulerkan oleh SM Entertainment, salah satu perusahaan besar dalam industri K-POP. Di tahun 2020

SM Entertainment mendebutkan girl grup yang beranggotakan empat orang gadis remaja (Karina, Giselle, Winter, dan Ningning) dengan nama grup AESPA. Yang unik dari grup ini adalah setiap anggotanya yang memiliki *avatar* atau representasi digital yang mewakili karakter, sifat, dari anggotanya (CNN Indonesia, 2020).

Selain SM Entertainment, perusahaan lain seperti Deep Studio Entertainment yang mendebutkan *boy group*, SUPERKIND. Berbeda dengan AESPA, SUPERKIND secara khusus beranggotakan manusia dan juga AI. Selain itu, Metaverse Entertainment mendebutkan *girl group* yang keseluruhan member merupakan kecerdasan buatan. Selain karakter, *girl group* ini juga menggunakan suara rekaan yang diciptakan dengan teknologi AI (Kartiko, 2023).

Grup K-POP yang mengusung konsep *virtual* lainnya adalah PLAVE. PLAVE debut di tahun 2023. Berbeda dengan grup-grup sebelumnya, fisik dari anggota atau karakter dari anggota dibuat dengan animasi dan juga teknologi AI. Tetapi untuk suara yang diperdengarkan menggunakan suara manusia asli (*dubbing*) (Nilakandi, 2023). Grup yang dibentuk oleh Vlast ini memiliki popularitas yang tidak kalah dengan grup sebelumnya. Bahkan grup ini telah menggelar *fan concert* di bulan April tahun 2024 lalu (Nurhayati, 2024).

Perkembangan AI di Korea Selatan juga telah merubah kondisi kerjasama Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan kini membangun kerjasama di bidang teknologi AI dengan mendukung implementasi teknologi AI. Korea Selatan telah memberikan komitmen untuk mendukung pembangunan *Smart City* di ibukota baru Indonesia yaitu IKN. Komitmen ini disampaikan oleh Won Hee-ryong, selaku Menteri Pertanian, Infrastruktur dan Transportasi Korea Selatan pada tahun 2023.

Untuk menciptakan iklim kerjasama ini, maka Pemerintah Korea Selatan membutuhkan data terkait pembangunan IKN untuk menilai kondisi kebutuhan (IKN, 2023).

Pemerintah Korea Selatan juga bekerja sama dengan Uni Eropa. Pada *Digital partnership Council* Kedua yang diadakan di Brussels di tahun 2024, Pemerintah Korea Selatan bersama Uni Eropa saling menekankan kembali terhadap kerjasama teknologi digital. Kedua belah pihak juga sepakat untuk meneruskan kerjasama dalam kolaborasi teknologi kuantum, semikonduktor, 5G, hingga *AI*. Uni Eropa juga memasukkan Korea Selatan kedalam daftar pendanaan Uni Eropa dalam bidang inovasi, *Horizon Europe* (European Comission, 2024).

Selain menjalin kerjasama, Pemerintah Korea Selatan juga aktif dalam menginisiasi *Forum Global Artificial Intelligence*. Pada 21 - 22 Mei 2024, Pemerintah Korea Selatan menjadi tuan rumah dalam *AI Seoul Summit*. Dalam forum ini, pemerintah membahas mengenai upaya pengamanan teknologi *AI* (*AI Summit Seoul, 2024*). Selanjutnya, Pemerintah Korea Selatan juga mengadakan *AI Global Forum* yang diselenggarakan pada 22 Mei 2024. Forum ini merupakan sebuah ajakan dari Pemerintah Korea Selatan untuk membahas mengenai arahan dalam pembangunan iklim dan tata kelola *AI* secara global di masa mendatang (*AI Summit Seoul, 2024*).

Teknologi *AI* dapat dikatakan telah berkembang di Korea Selatan. Perkembangan ini ditunjukkan dengan fenomena masuknya teknologi *AI* ke dalam berbagai sektor melalui arahan serta dukungan dari Pemerintah Korea Selatan. Di sektor budaya, K-POP menjadi sasaran dalam perkembangan *AI*. Pentingnya K-

POP dalam sektor budaya perlu dibahas lebih lanjut pada sub-bab selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh K-POP bagi nasional dan bagi global terutama dari segi diplomasi.

2.3. Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui K-POP

K-POP merujuk pada istilah aliran atau *genre* musik yang berkembang di Korea Selatan. K-POP merupakan salah satu dari budaya-budaya yang termasuk ke dalam kategori *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Korean Wave* atau *Hallyu* sendiri merujuk pada keberhasilan gelombang kebudayaan Korea Selatan yang menyebar ke kawasan global. K-POP sebenarnya berakar pada aliran musik Jepang dan Barat. Masuknya dua aliran ini telah mempengaruhi gaya bermusik di Korea Selatan pada akhir tahun 1990-an sampai 2000-an (Sobur et al., 2018, 414-418).

Sebelum kemunculan K-POP, Korea Selatan memiliki aliran musik tradisionalnya sendiri. Aliran tersebut adalah *Musik Trot*. *Musik Trot* awalnya merupakan musik asing. Musik ini masuk ke Korea Selatan saat Jepang melakukan invasi di Korea Selatan. Pasca kemerdekaan Korea Selatan, tahun 1945, *Musik Trot* telah dinaturalisasi dan menjadi aliran musik di Korea Selatan. Walaupun K-POP telah merajalela, *Musik trot* tetap memiliki popularitasnya sendiri. Terlebih lagi keunggulan yang dimiliki aliran ini adalah beradaptasi dan fleksibel sehingga tidak terkesan kuno di era modern (Chang, 2016, 60-67). Contoh fleksibilitas *Musik Trot* dapat terlihat pada boygrup beraliran *Trot* pertama dalam industri musik Korea, MYTRO. Grup ini beranggotakan lima laki-laki ini berhasil mendapat atensi dari kalangan muda, padahal *Musik Trot* biasanya identik dengan orang dewasa (Mufida, 2024).

K-POP mulai dikenal oleh publik pada tahun 1990-an sampai 2000-an. Penyebaran ini dimulai di kawasan Asia. Di Indonesia misalnya, K-POP berhasil memasuki Indonesia melalui solois wanita, BoA, pada tahun 2000-an. Selain itu, solois pria, Rain, juga telah dikenal oleh masyarakat Indonesia karena perannya dalam drama populer *Full House*. Kemudian idol-idol generasi baru mulai bermunculan seperti Super Junior, TVXQ, BIGBANG, SNSD, EXO, BTS, BLACKPINK, AESPA, dst. dan kembali mendapat atensi dari masyarakat global (Sobur et al., 2018, 415-416).

Popularitas K-POP membawa K-POP menjadi alat untuk mencapai tujuan oleh Pemerintah Korea Selatan. Dengan K-POP, Pemerintah Korea Selatan mampu mencapai tujuannya tanpa sebuah paksaan. Dengan kata lain, Pemerintah Korea Selatan telah memanfaatkan K-POP sebagai *Soft Power*. Konsep *Soft Power* sendiri diartikan sebagai sebuah kemampuan untuk mencapai tujuan tanpa dengan cara-cara yang memaksa. K-POP juga dapat membantu Korea Selatan dalam upaya penciptaan citra yang positif (Bakytzhanova & Tuleshova, 2024, 17-20).

Hadirnya K-POP sebagai alat diplomasi telah menghasilkan interaksi antara Korea Selatan dengan masyarakat global. Kondisi ini kemudian membawa kemungkinan peluang baru untuk menjalin hubungan dengan negara lain (Suratmi, 2024, 312-313). Contohnya adalah acara festival K-POP yang rutin diselenggarakan di Changwon, Korea Selatan. Dalam festival ini, beberapa tim dari seluruh dunia dipilih untuk mengikuti kontes *song cover* atau *dance cover*. Tidak hanya para peserta yang menampilkan performanya dalam festival ini, beberapa grup-grup K-POP juga biasanya diundang untuk meramaikan acara. Terakhir kali

kontes ini diadakan pada tahun 2024 tepatnya pada 24 Oktober 2024 lalu. Tujuan dari festival ini adalah untuk meningkatkan minat serta pemahaman terhadap budaya Korea itu sendiri (Ah, 2024).

Pemanfaatan K-POP dan budaya Korea Selatan lainnya sebagai alat diplomasi telah membawa keuntungan pertumbuhan ekonomi Korea Selatan. Dalam industri K-POP, keuntungan secara ekonomi dapat dilihat dari ekspor album fisik. Di bulan Oktober 2023, angka penjualan album fisik K-POP sudah menyentuh angka 300 Miliar Won. Padahal di tahun 2022, angka ini merupakan total ekspor selama satu tahun penuh. Terhitung dari tahun 2020, nilai ekspor ini telah meningkat sejumlah 70% selama 3 tahun terakhir (\$136,2 juta pada tahun 2020, \$220,9 juta pada tahun 2021, dan \$231,4 juta pada tahun 2022) (Korea JoongAng Daily, 2023).

Dampak secara ekonomi juga dirasakan oleh industri lain, misalnya industri media dan penyiaran. Tayangan yang tadinya hanya ditujukan untuk masyarakat domestik kini tersedia untuk masyarakat global. Dampak ini juga dirasakan oleh industri mode dan kecantikan Korea. Tidak hanya itu, di sektor periklanan kita dapat melihat beberapa idola K-POP sering dijadikan *Brand Ambassador* oleh produk-produk tertentu. Contohnya adalah Newjeans yang menjadi model dalam produk-produk *Gucci*, *Burberry*, *Channel*, *Dior*, *Armani Beauty*, dan lain-lain (Park, 2023, 2202-2203).

Dari segi pariwisata, jumlah wisatawan yang mengunjungi Korea Selatan juga mengalami peningkatan. Angka ini disampaikan langsung oleh Organisasi Pariwisata Korea pada Desember 2023. Di akhir tahun 2023, jumlah wisatawan di

Korea Selatan mencapai angka 9.995.000 wisatawan. Jika dibandingkan dengan tahun 2022, angka ini telah mengalami peningkatan sebanyak 275,9% (Korea.Net, 2023). Data terbaru menyatakan pada bulan September 2024, angka wisatawan terhitung sejumlah 1,46 juta wisatawan (Korea.Net, 2024).

Keuntungan yang didapatkan Pemerintah Korea Selatan tidak terlepas dari strategi Pemerintah Korea Selatan dalam menyebarkan budaya K-POP maupun *Korean Wave*. Pemerintah Korea Selatan beberapa kali telah mempersilahkan grup-grup idola K-POP untuk berpidato di Forum PBB. Di tahun 2018, BTS hadir dalam Forum UNGA mewakili UNICEF (Berliantika et al., 2022, 503). Selain itu, salah satu member AESPA pernah menyampaikan pidatonya dalam *High Level Political Forum on Sustainable Development*, sebuah forum untuk membahas pembangunan. Dalam forum ini, Giselle menyampaikan beberapa hal terkait dengan *Metaverse* dan dunia nyata dalam pembangunan berkelanjutan (Caicartica, 2023).

Strategi lain yang digunakan oleh Pemerintah Korea Selatan adalah dengan menjadikan idol K-POP sebagai agen promosi pariwisata domestik. Pada 11 Juli tahun 2024, New Jeans dipilih sebagai *ambassador* dalam pariwisata Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan memiliki visi untuk mempromosikan pariwisata Korea ke kalangan pada rentan usia 20 - 30-an, sehingga New Jeans yang terpilih untuk menjalankan tugas ini. Menurut Pemerintah Korea Selatan citra yang dimiliki oleh New Jeans cocok dengan segmentasi yang ditargetkan tersebut (Aiying et al., 2024).

Peran diplomasi di Korea Selatan melalui K-POP tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja. Agensi-agensi yang aktif dalam industri budaya K-POP juga memiliki peran aktif dalam diplomasi. Salah satu agensi tersebut adalah SM

Entertainment. Pada sub bab berikutnya akan membahas profil lengkap dari SM Entertainment untuk mengenal lebih jauh tentang SM Entertainment, sebelum membahas peran diplomasi yang dilakukan oleh SM Entertainment di Korea Selatan.

2.4. Diplomasi oleh SM Entertainment

SM Entertainment merupakan salah satu perusahaan terkenal dalam industri hiburan terutama musik di Korea Selatan. SM entertainment didirikan pada 14 Februari tahun 1995 (SM Entertainment, n.d.). Nama dari perusahaan ini awalnya berasal dari inisial pendiri SM Entertainment, yaitu Lee Soo Man (Natalia, 2023). Tetapi, kemudian saat SM Entertainment mendaftarkan nama perusahaannya di KOSDAQ (*Korea Securities Dealers Automated Quotations*), sebuah bursa saham di Korea Selatan yang menangani perusahaan dengan skala kecil (detikfinance, 2009), dengan nama Star Museum Entertainment pada 27 April tahun 2000. Pendaftaran ini bertepatan dengan pertama kalinya SM Entertainment melakukan *Initial Public Offering*. *Initial Public Offering* atau IPO merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan oleh emiten untuk menawarkan dan menjual efek yang diterbitkan oleh emiten tersebut dalam bentuk saham kepada masyarakat secara luas (Harahap, 2011, 1). Sebelumnya, belum pernah ada perusahaan hiburan di Korea Selatan yang mendaftarkan namanya pada KOSDAQ. Oleh karena itu, SM Entertainment menjadi perusahaan industri hiburan pertama di Korea Selatan yang mendaftarkan namanya (SM Entertainment, n.d.).

Setahun setelah SM Entertainment didirikan, SM Entertainment mengawali bisnisnya dengan mendebutkan grup vokal pria atau boy group pertamanya di tahun

1996. Grup ini diberi nama dengan H.O.T. H.O.T sendiri merupakan kepanjangan dari *High Five of Teenagers*. Grup beranggotakan lima orang ini debut dengan album bertajuk “*We Hate All Kinds Of Violence*” (Lee, 2015, 4 & 7). Album ini berhasil meraih angka penjualan sebanyak 1.500.000 kopi di Korea Selatan pada tahun 1996 (Fuhr, 2015). Kesuksesan H.O.T dan dampaknya yang besar dalam industri musik berujung pada tercatatnya mereka dalam sejarah perkembangan *Hallyu* atau *Korean Wave* di Korea Selatan gelombang pertama (Korean Culture and Information Service, 2011, 10). Hal ini kemudian yang menandai adanya peran partisipasi SM Entertainment dalam diplomasi di Korea Selatan.

Setelah terkenal di Korea Selatan, SM Entertainment kemudian berusaha untuk memasuki pasar yang lebih luas. Pada akhir tahun 2000, SM Entertainment menandatangani kontrak kerjasama dengan Avex Trax. Avex Trax merupakan label rekaman yang mengurus lisensi musik di kawasan Asia. Bersama dengan Avex Trax, SM Entertainment mulai memasuki pasar musik Jepang dengan mendebutkan solois wanita, Boa (Lee, 2015, 8).

Boa merupakan solois wanita yang sebelumnya telah debut di Korea Selatan. Boa debut di Korea Selatan pada tahun 2000 dengan merilis album pertamanya “ID. Peace B” (Lee, 2015, 31). Di Jepang, Boa memulai debutnya dengan merilis album dalam berbahasa Jepang, “Listen to My Heart”. Album ini berhasil menduduki peringkat pertama di Oricon Weekly Chart (Shim, 2006, 28-29). Selain itu, album debut Boa juga mendapat sertifikasi dari RIAJ (*the Recording Industry Association in Japan*) setelah penjualan albumnya mencapai angka penjualan satu juta kopi (Lee, 2015, 33). Keberhasilan Boa inilah yang kemudian

membuka jalan bagi SM Entertainment serta K-POP di pasar Jepang. Debutnya Boa dan kerjasama yang terjalin antara SM Entertainment dengan Avex Trax menandakan adanya kegiatan diplomasi yang didasari untuk kerjasama.

SM Entertainment pada awal pembentukannya memperkenalkan konsep *Culture Technology*. Konsep ini bermakna langkah atau cara yang diambil untuk menyebarkan kebudayaan dengan memanfaatkan teknologi. Pemanfaatan konsep ini merupakan upaya partisipasi diplomasi SM Entertainment dalam proses *Korean Wave* atau *Hallyu*. Konsep ini dijalankan oleh SM Entertainment selama kurang lebih 20 tahunan. Hingga pada tahun 2016, SM Entertainment memperbarui konsep ini dan menggantinya dengan *New Culture Technology*. Perbedaan dengan konsep sebelumnya adalah, konsep ini lebih diarahkan kepada pembentukan konsep grup NCT (*Neo Culture Technology*) atau lebih spesifik (Putri & Trisni, 2021, 77-79).

Berbeda dengan grup-grup K-POP lainnya, NCT tidak memiliki keterbatasan. Pembentukan grup ini pada dasarnya adalah demi tujuan lokalisasi K-POP di dunia. Dengan kata lain, melalui NCT, SM Entertainment ingin menyebarkan kebudayaan Korea dengan strategi adaptasi terhadap lingkungan atau menyesuaikan dengan standar kebudayaan lain. NCT awalnya dikonsepsikan dengan jumlah anggota dalam grup yang direncanakan tidak memiliki batasan. Kemudian, untuk menyesuaikan tiap pasar, grup ini dikelola dengan membentuk sub unit yang terdiri dari pecahan anggota-anggota NCT.

Pada tahun 2016, NCT debut dengan tiga sub-unit yaitu, NCT U, NCT 127, dan NCT Dream (Herman, 2017). Menyusul di tahun 2019, sub-unit WAYV (*We Are Your Vision*) debut dan difokuskan pada pasar Tiongkok dan aktivitasnya

dikelola oleh anak perusahaan SM Entertainment, LabelV yang berbasis di Tiongkok (Ginanjari, 2024). Kemudian, di tahun 2023 terdapat perubahan dalam konsep grup dari yang anggotanya tidak terbatas menjadi terbatas berdasarkan SM 3.0. Sub-unit terakhir yang terbentuk adalah NCT Wish yang ditujukan untuk pasar musik di Jepang. Unit ini terbentuk dari kompetisi NCT Universe: LASTART (Kyung-Min, 2024).

Berikut merupakan tabel yang berisikan daftar nama unit-unit dalam grup NCT beserta target pasar yang ditargetkan pada waktu debut dan popularitas tiap unit yang dapat dilihat melalui data total penjualan album semenjak unit itu didebutkan hingga tahun 2024;

Tabel 2.1.
Popularitas dan Pasar Tiap-Tiap Unit NCT

NO	Nama Unit NCT	Tahun Debut	Target Pasar	Penjualan Album
1	NCT & NCT U	2016 (NCT U) 2018 (NCT)	Universal	Korea Selatan: 6.794.874
2	NCT 127	2016 (Korea) 2018 (Jepang)	Korea Selatan	Korea Selatan: 14.180.359 Jepang: 280.464
3	NCT DREAM	2016 (Korea) 2023 (Jepang)	Universal (Remaja)	Korea Selatan: 19.927.061 Jepang: 460.672
4	WAYV	2019 (Tiongkok) 2020 (Korea)	Tiongkok	Korea Selatan: 2.159.282 Jepang: 69.256
5	NCT WISH	2024	Jepang	Korea Selatan: 1.849.659 Jepang: 174.443

Sumber: Diolah oleh Penulis berdasarkan Hanteo Chart dan Circle Chart, 2024

Upaya diplomasi yang dilakukan oleh SM Entertainment juga dapat dilihat dari kerjasama yang terjalin antara SM Entertainment dengan Capitol Records, label rekaman di Amerika Serikat. Kerjasama ini ditujukan untuk membentuk boy

grup, SUPERM. SUPERM dikatakan akan menjadi ikon dari ‘The Avengers of K-POP’. Hal ini didasarkan pada anggotanya yang diambil dari beberapa boy group yang telah didebutkan oleh SM Entertainment. Kerjasama ini meliputi produksi serta promosi grup ini di Amerika Serikat (Herman, 2019).

Bentuk kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh SM Entertainment juga dapat dilihat dari *variety program* yang dirilis oleh SM Entertainment. Program ini diberi judul ‘Analog Trip’ yang ditayangkan di tahun 2019 melalui platform Youtube resmi SM Entertainment. Acara ini dibintangi oleh beberapa artis yang berada di naungan SM Entertainment yaitu anggota dari TVXQ dan beberapa anggota Super Junior. Dalam acara ini, para idola mengeksplor tempat-tempat wisata di Indonesia seperti di Pulau Bali dan Yogyakarta. Acara ini dapat menjadi program yang menjembatani adanya pertukaran kebudayaan dan pariwisata antara Indonesia dan Korea Selatan (Prawiraputri & Meganingratna, 2021, 130).

Saat ini, SM Entertainment mengembangkan kemajuan teknologi AI dalam K-POP. Pada tahun 2020, SM Entertainment mendebutkan girl grup AESPA yang memanfaatkan konsep Teknologi Kecerdasan Buatan atau AI (CNN Indonesia, 2020). Selain itu, SM Entertainment juga mendirikan Studio KWANGYA pada tahun 2022 untuk mendukung produksi konten yang mengandung teknologi *metaverse* (KapanLagi.com, 2022). Dengan mengandalkan teknologi ini, SM Entertainment membentuk proyek baru yaitu *SM Culture Universe* (SMCU). Proyek ini ditujukan untuk pengembangan properti intelektual dalam perusahaan (Pasugitaningtiyas, 2021). Dari proyek ini maka terciptalah KWANGYA. KWANGYA sendiri adalah dunia imajiner yang diciptakan oleh SM Entertainment

(Kumparan.com, 2022). Kemudian, pemanfaatan AI ini menjadi strategi baru SM Entertainment dalam menjalankan diplomasi perusahaannya karena sebelumnya, SM Entertainment hanya berfokus pada kegiatan membangun kerja sama dengan pihak lain untuk lokalisasi dan promosi K-POP. Kerja sama kali ini menjadi berbeda dan menarik karena melibatkan pengembang teknologi terutama teknologi AI.

Pembahasan dalam BAB 2 ini memberikan gambaran terhadap proses transformasi digital yang terjadi di Korea Selatan dari era tidak menguasai teknologi hingga ke taraf penguasaan teknologi AI. Perkembangan teknologi AI juga tidak terlepas dari peran pemerintah. Peran pemerintah yang aktif dalam mendorong perkembangan teknologi AI kemudian mendorong masuknya teknologi ini di berbagai bidang termasuk K-POP. K-POP yang menjadi alat diplomasi Budaya Korea Selatan sendiri telah terbukti membawa manfaat yang menjanjikan bagi perekonomian serta pembangunan identitas pemerintah Korea Selatan. Kemudian, selain pemerintah saat ini perusahaan terutama yang memproduksi K-POP juga turut ambil bagian dalam proses diplomasi. Salah satu aktor tersebut adalah SM Entertainment. SM Entertainment saat ini sedang mengembangkan proyek berdasar teknologi AI yang jika diteliti ternyata sejalan dengan visi pemerintah. Pemanfaatan teknologi ini kemudian menimbulkan pertanyaan apa yang memotivasi SM Entertainment dalam memanfaatkan teknologi AI tersebut. Apakah motivasi tersebut berkaitan dengan upaya penyebaran kebudayaan. Pembahasan dan jawaban dari pertanyaan tersebut akan dibahas lebih lanjut pada bab selanjutnya.