

STRATEGI KOREAN TOURISM ORGANIZATION TERHADAP INDONESIA

MELALUI SOSIAL MEDIA

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) Strata -1

Skripsi



Husain Priyandoko

202010360311069

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

**STRATEGI *KOREAN TOURISM ORGANIZATION* TERHADAP
INDONESIA MELALUI SOSIAL MEDIA**

Diajukan Oleh :

HUSAIN PRIYANDOKO

202010360311069

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Jumat / 5 Juli 2024*

Pembimbing



Shannaz Mutiara Deniar, M.A.

Wakil Dekan I



Nafanudin Chairur Rijal, M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Hubungan Internasional



Prof. Gonda Yumitro, MA., Ph.D

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HUSAIN PRIYANDOKO

202010360311069

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S-1) Hubungan Internasional
Pada hari Senin, 01 Juli 2024
Di hadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Havidz Ageng Prakosa, M.A.
2. Devita Prinanda, M. Hub. Int
3. Shannaz Mutiara Deniar, M.A.

()
()
()

Mengetahui,
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik









Najafuddin Khairur Rijal, M.Hub.Int

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Husain Priyandoko
NIM : 202010360311069
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Strategi Korean Tourism Organization Terhadap Indonesia Melalui Sosial Media

Pembimbing : Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A.

Kronologi Bimbingan:

Tanggal	Paraf Pembimbing		Keterangan
	Pembimbing I		
23 Mei 2023			Pengajuan Judul
5 Juli 2023			ACC BAB I
5 September 2023			Seminar Proposal
30 Mei 2024			ACC BAB II
5 Juni 2024			ACC BAB III
5 Juni 2024			ACC BAB IV
5 Juni 2024			ACC Ujian Skripsi

Malang, 6 Juni 2024

Menyetujui,

Pembimbing I



Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Husain Priyandoko
NIM : 202010360311069
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
Strategi Korean Tourism Organization Terhadap Indonesia Melalui Sosial Media adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 Juni 2024
Yang Menyatakan,



Husain Priyandoko

ABSTRAK

Husain Priyandoko, 2024, 202010360311069, Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Hubungan Internasional, Strategi Korean Tourism Organization Terhadap Indonesia Melalui Sosial Media, Dosen Pembimbing I: Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A

Skripsi ini berjudul Strategi Korean Tourism Organization Terhadap Indonesia Melalui Sosial Media. Penelitian ini menganalisis tentang strategi Korea Tourism Organization dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat Indonesia terhadap budaya dan pariwisata Korea Selatan melalui media sosial. Adapun penelitian ini menggunakan konsep diplomasi publik yang mana untuk dapat digunakan oleh para aktor baik itu aktor pemerintah ataupun non pemerintah yang bertujuan dengan merealisasikan sumber daya dengan menggunakan komunikasi untuk menarik daya tarik masyarakat publik dari negara Indonesia terhadap pariwisata dan kebudayaan Korea Selatan. selain itu juga penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui library research atau studi kepustakaan. adapun hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa strategi media sosial yang berhasil menarik perhatian masyarakat khususnya melalui penyediaan konten Korean Tourism Organization. KTO tidak hanya menyajikan konten yang menarik dan beragam di berbagai platform, seperti video perjalanan, vlog, foto destinasi wisata, dan cerita budaya, namun juga menggunakan gambar dan konten menarik yang berkaitan dengan minat pemirsa Indonesia membantu membangun citra positif Korea Selatan. Dengan ini memungkinkan untuk membuat strategi sosial media yang lebih bertarget dan efektif serta memastikan bahwa konten yang diberikan sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, Indonesia, Korean Tourism Organization, Sosial Media,

Malang,

Menyetujui,

Pembimbing,

Peneliti,



Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A



Husain Priyandoko

ABSTRACT

Husain Priyandoko, 2024,202010360311069, University of Muhammadiyah Malang, Faculty of Social and Political Science, International Relation Study Program, Korean Tourism Organization's Strategy for Indonesia Through Social, Dosen Supervisor I: Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A

*This thesis is entitled *The Korean Tourism Organization's Strategy for Indonesia Through Social Media*. This research analyzes the Korea Tourism Organization's strategy in increasing Indonesian people's awareness and interest in South Korean culture and tourism through social media. This research uses the concept of public diplomacy which can be used by actors, both government and non-government actors, with the aim of realizing resources using communication to attract the attraction of the people of Indonesia towards South Korean tourism and culture. Apart from that, this research also uses qualitative methods using a descriptive approach and using data collection techniques through library research or literature study. The results of this research show that social media strategies are successful in attracting public attention, especially through providing content from the Korea Tourism Organization. KTO not only presents interesting and varied content on various platforms, such as travel videos, vlogs, photos of tourist destinations, and cultural stories, but also uses interesting images and content related to Indonesian viewing interests to help build a positive image of South Korea. This makes it possible to create a more targeted and effective social media strategy and ensure that the content provided matches the interests and needs of the audience.*

Keywords: *Public Diplomacy, Indonesia, Korea Tourism Organization, Social Media,*

Approved,
Advisor,



Shannaz Mutiara Deniar, S.IP., M.A

Malang,

Resercher,



Husain Priyandoko

KATA PENGANTAR

Dengan senantiasa memanjatkan puji dan syukur keadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan semua nikmatnya serta memberikan kekuatan dan Rahmat-Nya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang Jurusan Ilmu Hubungan Internasional.

Disadari sepenuhnya dalam rangka proses penulisan skripsi ini, banyak pihak yang memberikan bantuannya. Oleh karena itu dari lubuk hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya telah memberikan dukungan dan doa selama penyelesaian penelitian ini terutama, kepada:

1. Kepada Allah SWT yang melimpahkan rahmatnya, memudahkan urusan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. For My Special, (Alm) Ayahanda Sujoko dan Ibunda Supriyati, salam hormatku terimakasih atas segala bentuk kasih sayang, perhatian, dukungan moril, maupun materil serta doa-doanya selama ini yang telah menjadi inspirasi dalam hidup penulis yang terus memberikan semangat untuk tetap selalu berusaha dan tidak gampang menyerah. Alhamdulillah Penulis sudah berada pada tahap menyelesaikan skripsi sebagai bentuk pencapaian penulis kepada beliau disaat Ayahanda benar benar sudah pergi, Terimakasih ku sudah mengantarkan penulis sampai berada di tempat ini.
3. For My Special Sister, Ika Pristiyanti dan Dwi Prisilayanti, terimakasih atas bantuan dan dukungannya sebagai sosok pengganti Ayahanda yang telah banyak memberikan penulis motivasi untuk terus berkerja keras hingga sampai saat ini, dan terimakasih telah merawat Ibunda selama saya menjalani pendidikan sebagai mahasiswa.

4. Kepada Miss Shannaz Mutiara Deniar, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi, serta memberikan ilmu dan motivasi dalam penulisan skripsi.
5. Kepada Ibu dan Bapak dosen Hubungan Internasional UMM termikasih atas ilmu yang telah diberikan selama kegiatan belajar mengajar di dalam kelas.
6. For My Special, Lisa Ariesta Nur Hanif, Terimakasih atas dukungan dan perhatiannya selama ini, yang telah menjadi motivasi besar bagi penulis dan menjadi pendorong saya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kepada Teman-teman Balikpapan dan Griyashanta 243, terimakasih banyak sudah menjadi teman baik diperantauan dengan memberi bentuk dukungan dan semangat yang kalian berikan tidak akan pernah saya lupakan.
8. Kepada "Apa Kek" kalian kawan kawan yang hebat hingga sampai detik ini bisa bertahan dan selalu berjuang dalam kondisi kalian yang kurang baik dan banyak cobaan, Terimakasih telah menjadi sahabat ku selama di malang dan rela berbagai suka dan duka yang telah kalian luangkan buat kita bersama.

9. Kepada Teman-teman HI B UMM, Terimakasih telah menjadi kawan seperjuang yang baik selama berada di kampus Umm dan Terimakasih banyak telah berbagai ilmu-ilmu sehingga selama perkuliah ini dapat menyelesaikan skripsi ini

10. Terakhir Kepada Seluruh pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah Swt, selalu memberikan rahamat dan hidayah-Nya kepada mereka yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Akhir kata penulis harapkan semoga skripsi ini dapat menjadi jembatan saya melangkah kedepannya dan dapat memberikan manfaat bagi punilis sendiri atau pihak-pihak lain yang terkait dan berkepentingan.

Malang, 1 Juni 2024



Husain Priyandoko

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	III
SURAT PERNYATAAN	IV
ABSTRAKS	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
MOTTO	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Penelitian Terdahulu	6
1.5 Kerangka Konseptual.....	20
1.6 Metode Penelitian	28
1.7 Argumen Pokok.....	30
1.8 Sistematika Penulisan	31
BAB II HUBUNGAN KERJASAMA LUAR NEGERI KOREA SELATAN DAN INDONESIA	34
2.1 Sejarah dan Perkembangan Hubungan Bilateral antara Korea Selatan dan Indonesia dalam Konteks Pariwisata dan Kebudayaan	34
2.2 KTO sebagai Aktor Diplomasi Publik Korea Selatan dalam Konteks Hubungan Bilateral dengan Indonesia	40
BAB III IMPLEMENTASI SOSIAL MEDIA KOREAN TOURISM ORGANIZATION DI INDONESIA	51
3.1 Strategi Promosi Pariwisata Korea Selatan di Indonesia melalui Sosial Media.....	51
3.1.1 Promosi Website	55
3.1.2 Promosi Youtube.....	60
3.1.3 Promosi Facebook	64
3.1.4 Promosi Instagram.....	68
3.1.5 Promosi X	73
3.2 Keunggulan Program Budaya dan Pariwisata Korea Selatan ke Masyarakat Indonesia lewat Sosial Media	78
BAB IV PENUTUP	93
4.1 Kesimpulan.....	93
4.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Posisi Penelitian	14
Tabel 2.2 Data Kegiatan KTO dalam Promosi Korea Selatan di Indonesia	41
Tabel 3.2 Klasifikasi Partisipasi Pengguna Media Sosial	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Data Pengunjung Korea Selatan 2015-2024	47
Gambar 3.1 Data Statistik Pengguna Sosial Media di Indonesia	52
Gambar 3.1.2 Grafik Media Sosial Korean Tourism Organization (KTO)....	54
Gambar 3.1.1 Website KTO.....	56
Gambar 3.1.1.2 Website Informasi KTO.....	57
Gambar 3.1.2 YouTube KTO.....	61
Gambar 3.1.3 Facebook KTO	65
Gambar 3.1.4 Instagram KTO.....	69
Gambar 3.1.5 X KTO	73

Daftar Pustaka

- Akbar Iswatul Jariah, Sasrawan Mananda, N. S. (2018). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Jumlah*. 6(1). <https://doi.org/10.24843/IPTA.2018.v06.i01.p02>
- Al Istiqomah, M. K. (2021). Peran Influencer Media Sosial Sebagai Aktor Diplomasi Budaya Korea Selatan. *Global Mind*, 3(2), 22–39. <https://doi.org/10.53675/jgm.v3i2.135>
- Alam, W. M., Sandung, C. L., & Awaru, A. O. T. (2023). The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation. *Journal of Indonesian Culture and Beliefs*, 2(1), 1–12. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jicb/article/view/4431>
- Anindia, A. (2022). Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Korean Culture Center dalam Program Hanbok Experience. *Moestopo Journal International Relations*, 2(1), 63–76. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/2032>
- AR, Fikri Muhammad. (2018). *Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. Malang: UB Press.
- Aristyani, D. P., & Yuniasih, T. (2021). Diplomasi publik korea tourism organization (KTO) terhadap indonesia pada sektor pariwisata tahun 2018-2019. *Balcony*,

Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy, 5(1), 86–98.

<https://jom.fisip.budiluhur.ac.id/index.php/balcony/article/view/236>

Chen, N., Wang, Y., Li, J., Wei, Y., & Yuan, Q. (2020). Examining structural relationships among night tourism experience, lovemarks, brand satisfaction, and brand loyalty on “cultural heritage night” in South Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17), 1–23. <https://doi.org/10.3390/SU12176723>

Dannita, S. (2021). The Chaebol’s contribution on South Korea nation branding through Korean wave. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 317–336. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17609>

Data Reportal (2024) Digital 2024: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Dennis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*. https://slims.umh.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10488

Farandi Agung. (2019). Efektivitas penggunaan website medantalk.com dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa fisip usu. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 6(2), 1–14. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/7543>

Fauzi, V. P. (2016). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*.

3(1), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/33150-ID-pemanfaatan-instagram-sebagai-social-media-marketing-er-corner-boutique-dalam-me.pdf>

Gabriella, C. (2013). Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya. *Universitas Hasanuddin*, 119. <https://core.ac.uk/download/pdf/25491649.pdf>

INDONESIA, K. B. R., & DI SEOUL, R. K. (2018). Profil Negara dan Hubungan Bilateral. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu

Indonesia, K. W. (2024). 600 Ribu Lebih Pengunjung Nikmati “K-Royal Culture Festival” di Musim Semi. KBS. https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?Seq_Code=74249&lang=i

Jayanti, A. D., Suwartiningsih, S., & Ismoyo, P. J. (2019). Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia Melalui Sektor Pendidikan Korea International Cooperation Agency (Koica). *Kritis*, 28(1), 11–28. <https://doi.org/10.24246/kritis.v28i1p11-28>

Karani, S. T. (2021). *Peran Media Sosial Twitter Dalam Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan (Studi Kasus: Eksistensi Musik K-Pop Di Indonesia Tahun 2020)*. 1–14. <https://repository.bakrie.ac.id/4991>

Kartika Dewi Nugraha. (2019). Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Melalui Drama Goblin. Skripsi Prodi Ilmu Hubungan Internasional, FISIP Universitas Katolik Parahyangan.

Kemendikbud, A. (2023). Peringati 50 Tahun Hubungan Diplomatik Indonesia-Korea, KBRI Seoul meriahkan Festival Indonesia 2023. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/10/peringati-50-tahun-hubungan-diplomatik-indonesiakorea-kbri-seoul-meriahkan-festival-indonesia-2023>

Kluver, A. R. (2002). The logic of new media in international affairs. *New Media and Society*, 4(4), 499–517. <https://doi.org/10.1177/146144402321466787>

KTO. (2020). *E-BOOK: LIBURAN #KEKOREAAJA YUK!* <https://visitkorea.or.id/article/e-book-liburan-kekoreaaja-yuk>

KTO. (2024). Foster Tourism Contents. <https://knto.or.kr/eng/FosterTourismContents>

KTO. (2024). Support International Tourism. <https://knto.or.kr/eng/SupportInternationalTourism>

Labiba, U. A. M., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2017). Terpaan iklan video imagine your korea dalam akun Youtube (Studi pada mahasiswa pariwisata angkatan 2012 - 2013 fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45(1), 170–178.

<https://media.neliti.com/media/publications/87845-ID-pengaruh-mint-berkunjung-ke-kore-berdsrkn.pdf>

Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). Public Diplomacy (London: Foreign Policy Centre). In *Search in*. <https://fpc.org.uk/publications/public-diplomacy/>

Leonardo, L. (2019). Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan - Indonesia. *Global Political Studies Journal*, 3(1), 1–32. <https://doi.org/10.34010/gpsjournal.v3i1.1997>

Manor, I. (2019). A Discussion of the Digitalization of Public Diplomacy. In *Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3_10

Nurian Endah Dwi S Hrp. (2021). Diplomasi Soft Power Korea Selatan Dalam Hubungan Bilateral Dengan Indonesia. Skripsi Program Studi Ilmu Politik, FISIP Universitas Sumatra Utara. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/33116>

Organization, K. T. (2024). 250 Ribu Wisatawan Indonesia Kunjungi Korea di 2023, Korea Prediksi 300 Ribu Wisatawan Indonesia Akan Kunjungi Korea di 2024. <https://english.visitkorea.or.kr/svc/ktoOverseas/news/brchNewsView.do?vcontsId=192996>

- Rianti. (2010). Upaya Korea Tourism Organization (KTO) dalam Mempromosikan Pariwisata Korea di Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau (JOM FISIP UNRI)*, 6(1), 1–11.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/23877%0Ahttp://arxiv.org/abs/1011.1669%0Ahttp://dx.doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Safariani, P. (2017). Penyebaran pop culture Jepang oleh anime festival Asia (AFA) di Indonesia tahun 2012-2016. *EJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 5(3), 729–744.
- Sumaryo, S. (2004). *Praktik Diplomasi*. Jakarta : STIH IBLAM, 2004, Hal 1.
<https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20205416&lokasi=lokal>
- Utama, B. K. (2022). *DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI KOMUNITAS SAHABAT KOREA PERIODE 2019-2021*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/68407>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group.
[https://fliphtml5.com/qtbtp/jmol/Metode Penelitian Kuantitatif%2C Kualitatif Penelitian Gabungan by Prof. Dr. A. Muri Yusuf%2C M.Pd./](https://fliphtml5.com/qtbtp/jmol/Metode_Penelitian_Kuantitatif%2C_Kualitatif_Penelitian_Gabungan_by_Prof._Dr._A._Muri_Yusuf%2C_M.Pd./)



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HUBUNGAN INTERNASIONAL

hi.umm.ac.id | hi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.5.a/135/HI/FISIP-UMM/VII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Husain Priyandoko
NIM : 202010360311069
Judul Skripsi : Strategi *Korean Tourism Organization* Terhadap Indonesia Melalui Sosial Media
Dosen Pembimbing : 1. Shannaz Mutiara Deniar, M.A.

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:


	Bab 1	Bab 2	Bab 3	Bab 4
	15%	15%	15%	15%
Similarity	15%	13%	2%	4%

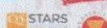
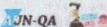
*) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.

Malang, 17 Juli 2024

Kar Prodi HI,


Prof. Gonda Yumitro, M.A., Ph.D.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id