

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad ke-21 saat ini, banyak negara-negara di dunia yang sedang bersaing untuk menunjukkan pengaruhnya di kancah internasional dengan tujuan untuk mencapai kepentingan nasional negaranya. Tidak hanya sebatas dengan menggunakan kekuatan militer, ekonomi, ataupun kekuasaan teritorial, tetapi juga menggunakan instrumen lain, salah satunya dengan memanfaatkan kekuatan lunak, contohnya kebudayaan. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang sedang gencar membangun citra positif di dunia internasional dengan menggunakan kebudayaan populer yang mereka miliki, kebudayaan populer dapat terdiri dari berbagai bentuk seperti film, musik, acara televisi, surat kabar, makanan, pakaian, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan dunia hiburan. Kepopuleran budaya populer asal Korea Selatan inilah yang pada akhirnya menciptakan gelombang kebudayaan Korea Selatan yang biasa disebut dengan *Hallyu Wave* atau *Korean Wave*.

Fenomena *Hallyu Wave* atau *Korean Wave* saat ini sudah tidak hanya menjangkau wilayah Asia saja, namun juga sudah mulai merambah ke benua Eropa, Amerika, Australia, dan bahkan di Kawasan Timur Tengah. Hal ini ditandai dengan semakin populernya produk-produk dari industri hiburan asal Korea Selatan seperti musik pop Korea atau K-pop di kalangan masyarakat serta penayangan drama Korea di televisi nasional maupun di platform media baru seperti Netflix, Disney+, Viu, dan lain-lain yang membuatnya semakin mudah untuk diakses oleh masyarakat global. Fenomena *Korean Wave* memberikan banyak keuntungan bagi Korea Selatan, mulai dari memperkenalkan kebudayaan Korea dari makanan khas hingga fashion, *Korean Wave* juga mampu memberikan kontribusi pada perekonomian Korea Selatan. Dibuktikan dengan melesatnya perekonomian Korea Selatan dalam beberapa dekade terakhir sejak terjadinya Krisis Moneter Asia pada tahun 1997.

Pada saat itu ketika sektor utama ekonomi Korea terkena beban keuangan, orang Korea Selatan dipaksa untuk mencari cara lain agar dapat mengembalikan perekonomian negaranya, salah satu cara yang mereka lakukan adalah dengan mengeksport produk budaya. Dalam *Korean Wave* terdapat banyak bentuk produk kebudayaan seperti musik, film, fashion, games, kuliner, drama, dan lain-lain yang merupakan bagian dari *pop-culture* atau kebudayaan populer. Hal yang sama juga dikatakan oleh Joseph Nye, seorang ilmuwan politik asal Amerika Serikat

mendeskripsikan *Korean Wave* sebagai "*the growing popularity of all things Korean, from fashion and film to music and cuisine.*" (Nye, 2009)

Salah satu bentuk *Korean Wave* yang paling digemari dikalangan masyarakat terutama anak muda pada saat ini adalah *Korean pop music* atau K-pop. Dengan iramanya yang *catchy* dan gerakan tarian yang unik, musik K-pop berhasil menarik perhatian banyak masyarakat di dunia. Di jaman yang semakin berkembang saat ini, musik selain sebagai media hiburan secara tidak langsung juga dapat menyatukan masyarakat dari berbagai latar belakang dalam suatu komunitas kelompok penggemar. Musik juga memiliki potensi sebagai salah satu instrumen dalam melakukan diplomasi budaya. Melalui musik seseorang dapat mengenal kebudayaan negara lain, misalnya dari segi bahasa yang digunakan dalam lagu yang dinyanyikan sang penyanyi atau latar tempat pembuatan video musik.

Menyadari bahwa musik K-pop menjadi salah satu fenomena yang digemari oleh masyarakat global, pemerintah Korea Selatan pun memberikan dukungan yang kuat kepada industri musik untuk mempromosikan kebudayaan Korea Selatan ke mancanegara. Salah satu bentuk usaha yang pemerintah lakukan untuk memberikan dukungan adalah dengan menjadikan *Korean Wave* sebagai diplomasi publik dan budaya, sebagaimana dijelaskan dalam *Korea's Diplomatic White Paper* tahun 2012, 2013, dan 2014 bahwa *Hallyu*, termasuk didalamnya K-pop merupakan bagian penting dalam diplomasi publik Korea.

Kepopuleran musik K-pop di kalangan masyarakat yang terus meningkat membuat industri musik Korea Selatan semakin berkembang, hampir setiap tahun industri musik Korea Selatan dapat mendebutkan grup idola baru dengan konsep yang unik dan beragam. Dalam industri musik K-pop, ada istilah Gen K-pop atau *Generation K-pop* untuk mengkategorikan grup K-pop sesuai tahun mereka debut. Generasi pertama dimulai saat *Hallyu Wave* mulai populer di asia contohnya kehadiran penyanyi BoA dan H.O.T yang populer di Jepang dan Tiongkok pada tahun 1997. Kemudian generasi kedua seperti BIGBANG, Psy, dan Wonder Girls melanjutkan ekspansi K-pop di pasar musik Amerika. Generasi ketiga adalah BTS, EXO, BLACK PINK, TWICE yang meneruskan jejak generasi sebelumnya untuk membuat K-pop semakin populer di kalangan masyarakat global. Setiap generasi memiliki keunikan tersendiri, pengelompokan generasi ini digunakan untuk melihat perkembangan K-pop dari tahun ke tahun. Dari banyaknya grup asal Korea Selatan yang berhasil terkenal hingga ke mancanegara, salah satunya adalah *Bangtan Sonyeondan* atau biasa disingkat dengan BTS. Dalam beberapa tahun terakhir, BTS mulai menanjakkan karirnya di luar Korea Selatan, dimulai dengan keberhasilan mereka yang menembus pasar musik Amerika dengan lagu "*DNA*" yang menduduki nomor 85 dalam Billboard Hot 100 pada tahun 2017 (Trust, 2017), kemudian

disusul dengan memenangkan award musik di Amerika. Prestasi tersebut mendapatkan ucapan resmi dari Presiden Korea Selatan Moon Jae-in dalam akun Twitter miliknya. Kemudian menyusul kesuksesan tersebut, BTS melalui seri album *Love Yourself*, membuat kampanye *LOVE MYSELF* yang menggandeng UNICEF sebagai mitra kampanye. Berkat kerjasama itulah BTS mendapat kesempatan untuk menjadi pembicara pada sidang ke-73 Majelis Umum PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) pada September tahun 2018.

Kehadiran BTS sebagai pembicara dalam sidang PBB ke-73 tersebut menjadi hal baru dalam forum internasional dan mengundang banyak perhatian. BTS berhasil menorehkan sejarah sebagai anak muda asal Korea Selatan sekaligus sebagai grup idol pertama yang terpilih untuk menyampaikan pidato dalam acara resmi Majelis Umum PBB, dimana sebelumnya hanya ada selebriti dari barat seperti Angelina Jolie, Shakira, Beyoncé, dan Emma Watson yang pernah diundang untuk berpidato di Majelis Umum PBB. Atas pencapaian tersebut, pada bulan Oktober tahun 2018, BTS mendapatkan *Order of Cultural Merit* (penghargaan di bidang kebudayaan) oleh presiden Korea Selatan Moon Jae-in atas kontribusi mereka dalam membantu menyebarkan kebudayaan populer Korea. Kemudian, masih di bulan Oktober, BTS diundang pemerintah Korea Selatan untuk tampil pada acara *Korea-France Friendship Concert* yang dihadiri 400 tamu undangan khusus bersama dengan presiden Moon Jae-in dan Ibu Negara Korea Selatan. (Herman, 2018) Hingga akhirnya pada tahun 2021, Presiden Korea Selatan Moon Jae-in secara resmi menunjuk BTS sebagai utusan khusus untuk diplomasi publik Korea Selatan. Hal ini merupakan fenomena yang sangat jarang terjadi, dimana sebuah grup idola dipilih secara resmi oleh Presiden sebagai utusan khusus untuk berbicara di forum internasional.

Dengan dipilihnya BTS sebagai utusan khusus, maka Pemerintah Korea Selatan memberikan sertifikat penunjukan, paspor diplomatik, dan *fountain pen* Blue House kepada setiap anggota. Paspor diplomatik akan digunakan selama perjalanan menjadi utusan khusus presiden. Seperti dilansir Yonhap News (2021), BTS akan menghadiri sesi ke-76 Majelis Umum PBB pada bulan September 2021 sebagai utusan khusus presiden untuk generasi masa depan dan budaya, dimana mereka akan menyampaikan pidato untuk mewakili suara para anak muda dalam forum SDGs (*Sustainable Development Goals*).

Pemilihan aktor *non-state* terutama dari grup idola bukanlah hal yang dapat dilakukan secara acak dan asal-asalan, dalam pemilihan BTS sebagai diplomat khusus tentunya pemerintah Korea Selatan akan melihat dan mempertimbangkan beberapa aspek yang BTS miliki sehingga mereka dapat dipilih sebagai utusan khusus. Oleh karena itu, menarik untuk

melihat alasan mengapa Pemerintah Korea Selatan memilih BTS sebagai utusan khusus untuk negaranya.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah yang ingin diangkat dalam penelitian kali ini yaitu:

Mengapa Presiden Moon Jae-in memilih BTS sebagai utusan khusus?

C. Kerangka Pemikiran

1. Diplomasi Publik (*Public Diplomacy*)

Dalam mencapai kepentingan suatu negara tentunya sebuah negara harus membuka hubungan diplomasi dengan negara lain, baik bilateral maupun multilateral. Menurut kamus Oxford, diplomasi dapat diartikan sebagai kemampuan suatu negara dalam mengelola hubungan dengan negara lain (Bull, 2008). Diplomasi mencakup mempengaruhi pengambilan keputusan, negosiasi, dan cara-cara *non-coercive* lainnya di panggung internasional. Dalam diplomasi, komunikasi menjadi suatu cara yang penting dalam mencapai kepentingan negara. Diplomasi termasuk ke dalam *soft power* yang memiliki beragam bentuk seperti diplomasi kebudayaan, dan diplomasi publik. *Soft power* merupakan kemampuan menarik perhatian pihak lain untuk mendapatkan kepentingan yang diinginkan melalui atraksi atau kerja sama bukan dengan paksaan atau bayaran. Karena itulah diplomasi publik merupakan alat dari *soft power*.

Istilah diplomasi publik pertama kali diperkenalkan oleh mantan Dekan Fletcher School, Edward Gullion pada tahun 1965 dalam *Fletcher School of Law and Diplomacy* di Tufts University tentang pengaruh sudut pandang sosial dalam hubungan internasional yang berada di luar diplomasi tradisional. Diplomasi tradisional merupakan diplomasi yang dilakukan secara prosedural, atau antar pemerintah suatu negara. Namun dengan semakin kompleksnya isu-isu di dunia saat ini, hubungan internasional sudah tidak lagi hanya melibatkan aktor resmi negara namun juga melibatkan masyarakat internasional. Itulah kenapa diplomasi tradisional atau '*first track diplomacy*' dianggap sudah kurang efektif. Karenanya munculah cara-cara baru dalam melakukan diplomasi agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan diplomasi dan mencapai kepentingan nasional. Salah satunya adalah melalui diplomasi publik. Mark Leonard, dalam buku *Public Diplomacy* mendefinisikan diplomasi publik sebagai:

“Public diplomacy differs from traditional diplomacy in that it involves interaction not only with the government but primarily with non-governmental individuals and

organisations. Furthermore, public diplomacy activities often present many differing views represented by private American individuals and organizations in addition to official government views.”

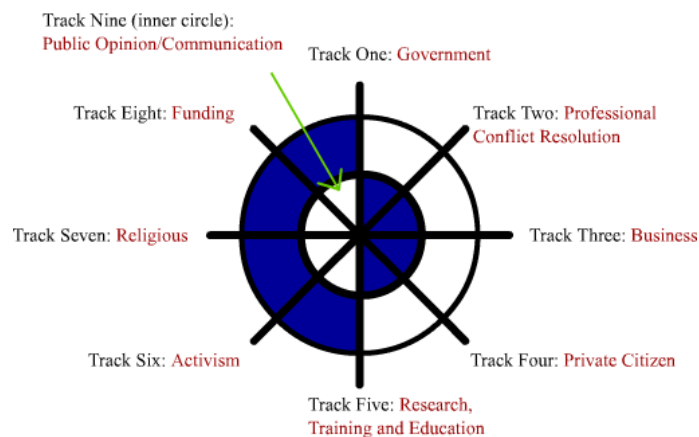
Pendapat Mark ini mendukung pernyataan bahwa diplomasi publik berbeda dengan diplomasi tradisional yang hanya dilakukan oleh aktor-aktor resmi dari pemerintah, diplomasi publik melibatkan interaksi baru terutama dari individu dan organisasi non-pemerintah. Lebih jauh lagi, kegiatan diplomasi publik seringkali menghadirkan banyak pandangan berbeda yang diwakili oleh individu dan organisasi swasta di samping pandangan resmi pemerintah. Dengan kata lain, jika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme *government to government relations* maka diplomasi publik lebih ditekankan pada *government to people* atau bahkan *people to people relations*. Tujuannya, agar masyarakat internasional mempunyai persepsi baik tentang suatu negara, sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas. (Benny Susetyo Pr, 2008)

Diplomasi publik pada saat ini tidak hanya dilakukan dengan pertemuan formal para diplomat, namun juga dengan cara lain dimana terdapat kesempatan untuk mempengaruhi opini negara lain dan kebijakannya. Isu yang dibahas dalam diplomasi publik juga beragam yang disebut dengan *low politics* seperti isu lingkungan, isu sosial, isu ekonomi dan sebagainya. Sehingga aktor yang terlibat juga tidak hanya negara namun juga aktor *non-state*. Melalui diplomasi publik ini, opini publik juga dapat berperan dalam rangka mendukung kebijakan suatu negara. Selain itu, publik juga dapat mempengaruhi opini dari masyarakat negara lain kepada negaranya. Lebih lanjut Leonard menyatakan bahwa ada empat tujuan yang dapat dicapai melalui diplomasi publik:

1. Meningkatkan keakraban masyarakat dengan negara lain, sehingga membuat masyarakat tersebut memikirkannya, serta memperbaharui penggambaran image, hingga membalikkan pendapat yang tidak menguntungkan.
2. Meningkatkan apresiasi masyarakat dengan cara menciptakan persepsi positif serta mengajak negara bersangkutan untuk menangani isu global dari perspektif yang sama.
3. Melibatkan apresiasi masyarakat dan pemerintah untuk menguatkan hubungan pendidikan, serta memberikan gambaran negara sebagai tempat yang menyenangkan untuk berwisata, belajar, serta membuat masyarakat dari negara yang dituju untuk membeli produk mereka.
4. Mempengaruhi orang atau perusahaan untuk berinvestasi, publik mendukung posisi kita, atau politisi menjadikan kita sebagai mitra favorit. (Leonard, 2002)

Selain itu, Mark Leonard menuliskan bahwa diplomasi publik digunakan oleh suatu negara untuk membangun hubungan dengan negara lain melalui penggunaan pemahaman budaya negara lain untuk mengembangkan citra positif atau mengoreksi cara pandang yang salah terhadap negara di hadapan negara lain. Dalam pelaksanaannya, selain pemerintah, aktor diplomasi publik juga melibatkan peranan publik atau aktor *non-state*. Saat ini ada sembilan jalur dalam *multi-track diplomacy* berikut model dari multi-track diplomacy sembilan jalur:

Gambar 1.1 : *Multi-Track Diplomacy*



Sumber: Louise Diamond and John McDonald. 1996. Multi Track Diplomacy: A System Approach to Peace, Third Edition. University of Michigan: Kumarian Press

Berbeda dengan diplomasi tradisional yang merupakan diplomasi prosedural, yang dilakukan oleh aktor resmi atau pemerintah, aktor yang ada di dalam *Multi-Track Diplomacy* merupakan aktor non-state sebagai media utamanya. Seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 *Multi-Track Diplomacy* diatas dapat dilihat bahwa jalur diplomasi digolongkan menjadi sembilan jalur. Pada Track-I aktornya berasal dari pemerintah dan diplomat resmi negara. Track-II berasal dari lembaga non-pemerintah, seperti LSM dan Lembaga profesional. Track-III berasal dari sektor bisnis, Track IV berasal dari masyarakat sipil atau citizen personal involvement, Track V yaitu penelitian, training, dan pendidikan, Track VI advokasi dan kelompok aktivis, VII adalah agama, Track VIII melalui pendanaan, dan terakhir Track IX adalah opini publik atau komunikasi yang dapat dilakukan melalui media massa. Media massa juga dimasukkan ke dalam track diplomasi sebagai sarana untuk menyampaikan tujuan maupun promosi kebudayaan kepada masyarakat nasional maupun internasional.

Diplomasi Multi-Track melihat keterkaitan individu, kelompok, komunitas, dan kegiatan, yang disebut aktor non-negara. Dimana mereka akan bekerja menuju masa depan yang lebih baik. Berbeda dengan diplomasi Track-I yang menggunakan jalur resmi pemerintah, Diplomasi Multi-Track menggunakan aktor non-negara sebagai media utamanya. Aktor non-negara dari diplomasi Jalur II bahkan dapat membantu aktor pemerintah untuk mengelola dan menyelesaikan konflik dengan menggunakan metode alternatif. Kedua jalur tersebut bekerja bahu-membahu untuk mencapai tujuan melalui diplomasi. Selain itu, diplomasi versi modern ini berkembang menjadi sembilan jalur dengan masing-masing bekerja untuk mencapai tujuan yang sama tetapi melalui jalur yang berbeda.

Dalam Diplomasi Multi-Track, masyarakat sipil juga dapat menjadi sarana untuk melakukan diplomasi. Dalam track keempat masyarakat dapat melakukan diplomasi melalui diplomasi warga (*citizen diplomacy*), program pertukaran, organisasi sukarela swasta, organisasi non-pemerintah, dan kelompok minat khusus. (McDonald, 2013) Selain itu, *Multi-Track Diplomacy* juga memanfaatkan media sebagai sarana untuk melakukan diplomasi. Media yang digunakan juga berevolusi dari cara tradisional. Dengan Revolusi Industri 4.0, media baru telah terbuka. Saluran media baru seperti media sosial dan internet menjadi media super untuk diplomasi multi-jalur. Contoh media baru ini termasuk YouTube, Instagram, Twitter, dll. untuk mengangkut informasi baru dan budaya baru ke seluruh dunia.

Korea Selatan dulunya dikenal sebagai negara yang miskin yang terlibat perang saudara, ditambah dengan adanya citra sebagai negara korupsi dimana pada tahun 2017 Presiden Park Geun Hye dan juga beberapa konglomerat terlibat kasus korupsi dan pencucian uang. Masyarakat Korea Selatan merasa citra ini mengganggu mereka. Adopsi *Korean Wave* sebagai salah satu unsur diplomasi publik, merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperbaiki citra Korea Selatan di mata dunia internasional sebagai negara yang maju dengan kebudayaan yang unik. Aspek budaya dinilai sebagai salah satu alat untuk mencapai target tersebut. Melalui *Korean Wave* masyarakat dibuat tertarik dengan berbagai produk kebudayaan populer tanpa merasa diancam atau dipaksa, banyak yang mengkonsumsi dan menyukainya karena menganggapnya sebagai tren yang unik dan menarik. Hal ini sesuai dengan teori yang dituliskan oleh Mark Leonard bahwa diplomasi publik digunakan oleh suatu negara untuk membangun hubungan dengan negara lain melalui penggunaan pemahaman budaya negara lain untuk mengembangkan citra positif atau mengoreksi cara pandang yang salah terhadap negara di hadapan negara lain.

Dalam pelaksanaannya, dukungan pemerintah dan aktor non-pemerintah sangat penting dalam memperkenalkan *Korean Wave* ke masyarakat internasional. Dalam *Korean Wave* sendiri terdapat berbagai aktor yang mendukung, dari banyaknya aktor tersebut pemerintah Korea menemukan inisiatif baru dimana idol juga dapat berperan untuk melakukan diplomasi publik Korea Selatan. Seperti contohnya *Bangtan Sonyeondan* atau biasa disingkat dengan BTS merupakan salah satu grup idol yang sedang populer dengan musik mereka yang membawa pesan-pesan positif. Grup idol ini dipilih menjadi salah satu aktor non-pemerintah, BTS sebagai warga Korea Selatan menjadi perpanjangan tangan pemerintah Korea Selatan untuk mengenalkan kebudayaan Korea melalui karya yang mereka buat dengan memanfaatkan perkembangan media baru di internet. Hal ini sesuai dengan track keempat masyarakat sipil atau *citizen personal involvement* sebagai salah satu aktor diplomasi.

D. Hipotesa

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat ditarik sebuah hipotesis bahwa alasan pemerintah Korea Selatan memilih BTS sebagai diplomat khusus karena:

BTS dapat menjadi pelaku diplomasi publik Korea Selatan.

E. Jangkauan Penelitian

Untuk mempermudah penulisan, maka penulis akan membatasi ruang lingkup kajian agar tidak menyimpang dari tema atau tujuan yang diinginkan. Fokus analisis utama dari penulisan ini akan membahas tentang alasan kenapa Pemerintah Korea Selatan memilih BTS sebagai diplomat khusus Korea Selatan untuk berbicara di UNGA ke-76.

F. Metode Pengumpulan Data

Penulisan penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data *Library Research* dengan mengumpulkan data sekunder seperti berita, artikel, jurnal, buku, dan arsip yang kredibel dan relevan dengan penelitian. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif.

G. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini diharapkan dapat menambah pemahaman bahwa aktor non-negara seperti idol juga dapat menjadi salah satu aktor non-pemerintah yang dapat membantu melakukan diplomasi publik, serta menjadi referensi yang dapat digunakan oleh mahasiswa

baik dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun dari universitas lain yang ingin menulis penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Bab I, akan berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian, metode penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, membahas upaya diplomasi publik Korea Selatan, perkembangan *Hallyu Wave* sebagai fenomena populernya budaya pop Korea Selatan di dunia dan BTS.

Bab III, adalah bab yang berisikan tentang pembuktian hipotesa mengenai alasan mengapa BTS dipilih sebagai diplomat khusus.

Bab IV, berisikan kesimpulan dari seluruh isi materi penelitian ini sekaligus rangkuman dari uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya.