

**ANALISIS IDOL K-POP GENERASI KETIGA SEBAGAI INSTRUMEN
KEBIJAKAN DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN (2014-2025)**

(Skripsi)

Oleh

DESVIN HARISDA PUTRI

NPM 2216071033



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2026

ABSTRAK

ANALISIS IDOL K-POP GENERASI KETIGA SEBAGAI INSTRUMEN KEBIJAKAN DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN (2014-2025)

Oleh

Desvin Harisda Putri

Penelitian ini mengkaji perkembangan diplomasi publik di era globalisasi yang semakin sering melibatkan aktor non-negara. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang berhasil memanfaatkan *Hallyu* melalui K-Pop sebagai instrumen diplomasi publik. Dalam konteks tersebut, idol K-pop generasi ketiga tidak hanya berperan sebagai aktor industri hiburan, tetapi juga sebagai aktor non-negara yang membantu memperkenalkan budaya dan meningkatkan citra negara Korea Selatan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan pada periode 2014-2025.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui laporan resmi, publikasi lembaga, dan literatur akademik yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan teori *Publik Diplomacy* Nicholas J. Cull yang terdiri atas lima elemen, yaitu *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, dan *international broadcasting*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korea Selatan berhasil memanfaatkan idol K-Pop generasi ketiga sebagai aktor non-negara melalui kelima elemen diplomasi publik Nicholas J. Cull. BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen berperan dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan, membangun komunikasi dengan publik internasional, serta memperluas jangkauan diplomasi publik melalui media digital. Penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan tersebut didukung oleh kolaborasi antara pemerintah Korea Selatan, industri hiburan, dan idol K-Pop sebagai aktor non-negara dalam menjangkau masyarakat global.

Kata Kunci: *Diplomasi Publik, Aktor Non-Negara, Korea Selatan, K-Pop, Hallyu*

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF THIRD-GENERATION K-POP IDOLS AS INSTRUMENTS OF SOUTH KOREA'S PUBLIC DIPLOMACY POLICY (2014-2025)

By

Desvin Harisda Putri

This study examines the development of public diplomacy in the era of globalization, where non-state actors are increasingly involved in diplomatic activities. South Korea is one of the countries that has successfully utilized Hallyu (Korean wave) through K-Pop, as a public diplomacy instrument. In this context, third-generation K-Pop idols play a role not only as actors in the entertainment industry but also as non-state actors, who contribute to promoting Korean culture and enhancing South Korea's national image. Therefore, this study aims to analyze how South Korea utilizes third-generation K-Pop idols as non-state actors in its public diplomacy between 2014 and 2025. This study employed a qualitative method with case study approach. Data were obtained through official reports, publications, and relevant academic literature. Data were then analyzed using Nicholas J. Cull's Public Diplomacy theory, which consists of five elements, listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, and international broadcasting. The results indicate that South Korea successfully utilized third-generation K-Pop idols as non-state actors through Nicholas J. Cull's five elements of public diplomacy. BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, and Seventeen have played a role in introducing South Korean culture, building communication with the international public, and expanding the reach of public diplomacy through digital media. This study also found that this success is supported by collaboration between the South Korean government, the entertainment industry, and K-Pop idols as non-state actors in reaching the global community.

Keywords: Public Diplomacy, Non-State Actors, South Korea, K-Pop, Hallyu

**ANALISIS IDOL K-POP GENERASI KETIGA SEBAGAI INSTRUMEN
KEBIJAKAN DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN (2014-2025)**

Oleh

DESVIN HARISDA PUTRI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDARLAMPUNG

2026

Judul Skripsi : **ANALISIS IDOL K-POP GENERASI KETIGA
SEBAGAI INSTRUMEN KEBIJAKAN
DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN
(2014-2025)**

Nama Mahasiswa : **Desvin Harisda Putri**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2216071033**

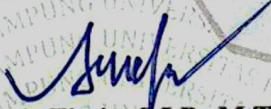
Jurusan : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

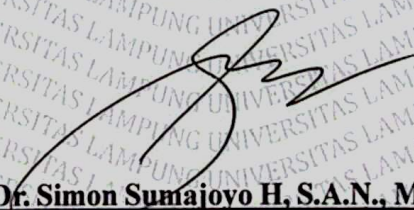

Dr. Arie Fitria, S.I.P., M.T., D.E.A.

NIP. 197809022002122007


Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.

NIP. 199209262024092001

2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional


Dr. Simon Sumajoyo H, S.A.N., M.P.A.

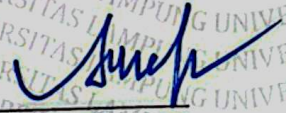
NIP. 1981062820050111003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

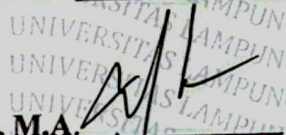
Ketua

: Dr. Arie Fitria, S.I.P., M.T., D.E.A.



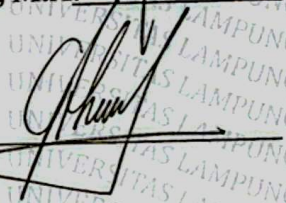
Sekretaris

: Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.



Penguji Utama

: Gita Karisma, S.IP., M.Si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 11 Juni 2026

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 19 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



METERAN
TEMPEL
70ANX40595555

Desvin Harisda Putri

NPM. 2216071033

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Desvin Harisda Putri, lahir di Simpang Sender pada hari Kamis, tanggal 09 Desember 2004. Penulis saat ini merupakan putri tunggal dari pasangan Bapak Jauhari dan Ibu Yulisda. Penulis menempuh pendidikan pertama di PAUD Dahlia Desa Sukajaya, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah Dasar di SDN Sukajaya di tahun 2010-2016. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di MTSn 3 Oku Selatan pada tahun 2016-2019. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah keatas di MAN 1 Lampung Barat dengan mengambil jurusan IPA di tahun 2019-2022. Pada tahun 2022, penulis berhasil lulus menjadi mahasiswi S1 program studi Hubungan Internasional Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Penulis adalah pribadi yang suka bergaul, dan memiliki ketertarikan terhadap bahasa Inggris. Penulis kemudian menyalurkan ketertarikan tersebut melalui kegiatan UKM bahasa Inggris ESO dan SPEC di masa awal perkuliahan. Penulis juga aktif dalam kegiatan kepanitiaan, termasuk menjadi panitia konsumsi Musyawarah Bersama Hubungan Internasional Fisip Universitas Lampung di tahun 2023, dan menjadi panitia dari Pertemuan Nasional Mahasiswa Hubungan Internasional se-Indonesia (PNMHII) ke 36 sebagai *Liaison Officer* di tahun 2024. Penulis memiliki ketertarikan terhadap industri perfileman dan pernah bercita-cita ingin menjadi editor saat masih duduk di bangku sekolah menengah atas. Penulis banyak menghabiskan waktu untuk menonton film dari berbagai genre sebagai sarana hiburan dan penghilang stress. Didasari oleh minat pribadi, Penulis menumbuhkan ketertarikan yang besar terhadap pengaruh budaya populer, hal ini yang kemudian mendorong penulis untuk menulis penelitian ini sebagai tugas akhir perkuliahan.

MOTTO

“I’ve come to love myself for who I am, for who I was, and for who I hope to become”

-Kim Namjoon of BTS-

“If you are hungry, eat.”

-Monkey D Luffy of One Piece”

“No amount of money ever bought a second of time”

-Tony Stark-

PERSEMBAHAN

Bismillāhir-rahmānir-rahīm

Segala puji dan Syukur kehadiran Allah S.W.T. Atas limpahan berkat dan Rahmat serta karunia-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Berkat pertolongan, dan petunjuk-Nya, penulis mampu melewati berbagai tantangan dan hambatan dalam menyusun karya ini. Sesungguhnya tidak ada keberhasilan yang dapat diraih kecuali tanpa kehendak-Nya.

Dengan segala ketulusan hati, rasa syukur, dan kebanggan, penulis persembahkan karya ini kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta

Bapak Jauhari dan Ibu Yulisda

Kepada ayah dan ibu tercinta, dengan penuh rasa hormat, cinta, dan syukur, penulis persembahkan karya ini sebagai ungkapan terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan tanpa mengenal lelah. Ayah dan Ibu adalah sumber kekuatan terbesar yang senantiasa mengiringi setiap langkah kehidupan penulis, baik dalam suka maupun duka. Kepercayaan, nasihat, dan ketulusan yang diberikan selama ini menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berjuang meraih mimpi. Tiada kata yang cukup untuk menggambarkan besarnya jasa dan pengorbanan Ayah dan Ibu. Oleh karena itu, karya ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan kebanggan sebagai wujud rasa syukur serta penghormatan atas segala hal yang telah diberikan. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggan dan kebahagiaan bagi Ayah dan Ibu. Teruntuk ibu, terima kasih sekali lagi sudah menjadi Ibu yang luar biasa untuk penulis, semoga Ibu sehat selalu dan senantiasa membersamai di setiap langkah kehidupan penulis.

SANWACANA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T. atas segala Rahmat, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Idol K-Pop Generasi Ketiga Sebagai Instrumen Kebijakan Diplomasi Publik Korea Selatan (2014-2025)*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Proses penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan yang penuh dengan pembelajaran, tantangan, dan pengalaman berharga. Mulai dari proses pencarian data, pengkajian berbagai literatur, hingga penyusunan dan penyempurnaan naskah, penulis menghadapi berbagai dinamika yang tidak selalu mudah untuk dilalui. Namun, berkat izin Allah SWT serta doa, bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Jauhari dan Ibu Yulisda, selaku orang tua penulis yang tercinta. Terima kasih atas segala limpahan cinta, kasih sayang, doa serta dukungan yang diberikan selama ini, sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besarnya jasa dan pengorbanan Ayah dan Ibu dalam mendidik dan mebesarkan penulis. Penulis berharap karya ini bisa menjadi sumber kebahagiaan dan kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Pak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A. selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung.

4. Mba Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung. Terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan.
5. Dr. Arie Fitria, S.IP., M.T., DEA selaku Dosen Pembimbing Utama penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, kesabaran, serta dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur atas kesempatan untuk belajar dan memperoleh banyak wawasan selama proses penelitian berlangsung. Berkat bimbingan, arahan dan masukan dari beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih terarah dan sistematis.
6. Mba Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Kedua penulis. Terima kasih atas segala waktu, perhatian, saran, kritik, dan masukan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Arahan yang diberikan sangat membantu penulis dalam memahami penelitian dengan lebih baik, membantu mengembangkan cara berpikir yang lebih kritis, serta membantu meningkatkan kualitas analisis dan penulisan dalam penelitian ini.
7. Mba Gita Karisma, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembahas penulis. Terima kasih banyak atas berbagai kritik, saran, evaluasi, dan masukan yang membangun selama proses seminar hingga penyelesaian skripsi ini. Masukan yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian sehingga menjadi lebih baik dan komprehensif.
8. Seluruh dosen, staf, dan karyawan Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, bantuan administratif, serta pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan. Terima kasih atas dedikasi dan kontribusi yang telah diberikan dalam mendukung proses pembelajaran dan pengembangan akademik penulis selama masa perkuliahan.
9. Keluarga besar penulis, khususnya Ibu, Alak, Ayah, Kajong, Paman, Bibi, wo, serta adik-adik sepupu penulis yang tersayang. Terima kasih atas doa, dukungan dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran kalian

menjadi sumber kekuatan dan kebahagiaan yang membantu penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

10. Mifta Yolanda, Nayla Ramdania, Aria Agustian, Merhan, Yuke Aurelia, Mutiara Maharani, Alden Afriansyah, Yeffi Saputra. Terima kasih sudah menjadi sahabat penulis sejak masa sekolah menengah pertama, terima kasih karena senantiasa menjadi sumber kebahagiaan, dan tempat untuk berkeluh kesah. Terima kasih atas waktu, kebaikan, kebahagiaan dan kebersamaan kita selama ini. Terima kasih sudah membersamai perjalanan penulis selama kurang lebih 8 tahun ini, semoga persahabatan kita selalu terjaga, sampai kita tua.
11. Vidya Devina Putri, Eka Fera Nur Anggraini, Mayza Valencia, Mely Aryanda, Ririn Febianti, Suci Dea. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta persahabatan yang telah terjalin selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian menjadi salah satu bagian berharga dalam perjalanan akademik maupun perjalanan hidup penulis. Terima kasih untuk setiap waktu yang telah diluangkan, setiap percakapan yang menguatkan, setiap bantuan yang diberikan, serta setiap tawa yang dilewatkan. Penulis sangat menghargai setiap momen, pembelajaran, dan kenangan yang telah terjalin bersama. Semoga persahabatan dan hubungan baik yang telah terbangun dapat terus terjaga di masa yang akan datang.
12. Ewana Laurensia dan Feby Satika. Terima kasih sudah menjadi teman-teman pertama yang membersamai perjalanan penulis di dunia perkuliahan. Terima kasih atas segala kebaikan, dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Berbagai pengalaman, pembelajaran, dan kenangan yang terjalin selama masa perkuliahan menjadi bagian yang sangat berharga dalam perjalanan akademik maupun kehidupan penulis. Semoga hubungan baik yang telah terbangun dapat terus terjaga dan menjadi kenangan yang bermakna di masa mendatang.
13. Junior Kresna Wibawa. Teman yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan, baik dalam kegiatan akademik maupun di luar kegiatan perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai

momen yang telah dilalui bersama. Kehadiran kalian telah menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menjalani berbagai tantangan selama masa studi. Berbagai cerita, pengalaman, dan kenangan yang tercipta akan selalu menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan hidup penulis.

14. Zakiya Devi IndiraWati. Terima kasih atas segala kebaikan, perhatian, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan sejak masa Kuliah Kerja Nyata (KKN) hingga saat ini. Penulis sangat bersyukur dapat mengenal dan menjalin pertemanan dengan pribadi yang selalu memberikan semangat, bantuan, serta energi positif dalam berbagai situasi. Terima kasih karena telah menjadi teman yang baik dan tetap menjaga komunikasi serta hubungan yang baik hingga sekarang. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga dan membawa kebaikan bagi kita di masa yang akan datang.
15. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, selaku anggota BTS. Penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada atas karya, dedikasi, dan inspirasi yang telah diberikan melalui musik serta berbagai aktivitas yang dilakukan. Meskipun tidak mengenal penulis secara langsung, BTS telah menjadi salah satu sumber motivasi dan penyemangat selama menjalani masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Melalui perjalanan karier, kerja keras, dan berbagai pesan positif yang disampaikan, BTS memberikan banyak pelajaran tentang ketekunan, keberanian, dan semangat untuk terus berkembang. Selain itu, BTS juga menjadi salah satu alasan yang mendorong ketertarikan penulis terhadap topik penelitian ini. Berbagai pencapaian dan pengaruh global yang dimiliki BTS memberikan wawasan baru bagi penulis mengenai hubungan antara budaya populer dan diplomasi publik.
16. Monkey D Luffy. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Luffy dan karya One Piece yang telah menjadi salah satu hiburan sekaligus teman dalam berbagai fase kehidupan penulis. Kisah yang disajikan melalui One Piece memberikan banyak pelajaran mengenai ketekunan, persahabatan,

loyalitas, dan pentingnya tetap berusaha mencapai tujuan meskipun menghadapi berbagai rintangan. Kehadiran karya ini turut menemani penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi, serta menjadi salah satu sumber motivasi untuk terus melangkah dan menyelesaikan setiap tanggung jawab dengan sebaik-baiknya.

17. Windah Basudara, Nadia Omara, Nessi Judge, Hirotada Radifan dan Ade Setiawan. Terima kasih atas berbagai konten yang telah menjadi teman di sela-sela proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran konten yang informatif, menghibur, dan menarik membantu penulis melewati berbagai momen kejenuhan selama proses penelitian dan penulisan. Meskipun tidak terlibat secara langsung, karya-karya yang mereka hasilkan telah memberikan hiburan, semangat, dan suasana yang lebih menyenangkan selama perjalanan penyelesaian skripsi ini.
18. FASTE. Terima kasih telah menjadi salah satu tempat yang menemani perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Banyak bagian dari penelitian, revisi, hingga penulisan skripsi yang dikerjakan di tempat ini. Suasana yang nyaman dan lingkungan yang mendukung menjadikan Faste Cafe sebagai tempat bagi penulis untuk tetap fokus, produktif, dan menyelesaikan berbagai target selama proses penyusunan skripsi. Tanpa disadari, tempat ini telah menjadi saksi dari berbagai proses, tantangan, dan pencapaian yang dilalui penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
19. Seluruh teman-teman Angkatan 2022 Hubungan Internasional Universitas Lampung. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan selama menjalani masa perkuliahan. Perjalanan akademik yang dilalui bersama telah memberikan banyak pembelajaran, kenangan, dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang oleh penulis. Semoga seluruh usaha, kerja keras, dan proses yang sedang maupun telah dijalani dapat mengantarkan kita pada kesuksesan dan cita-cita yang diharapkan.
20. Seluruh peneliti, akademisi, dan penulis yang karya-karyanya menjadi sumber referensi dalam penelitian ini. Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih atas kontribusi pemikiran, pengetahuan, serta temuan-temuan

ilmiah yang telah dipublikasikan dan menjadi landasan penting dalam penyusunan skripsi ini. Berbagai literatur yang telah dihasilkan tidak hanya membantu penulis memahami topik penelitian secara lebih mendalam, tetapi juga memberikan arah dan dasar akademik dalam proses penelitian ini.

21. Desvin Harisda Putri. Terima kasih karena telah bertahan, berusaha, dan tidak menyerah dalam menjalani seluruh proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap langkah yang tetap diambil meskipun diiringi keraguan, kelelahan, dan berbagai tantangan yang harus dihadapi. Proses ini tidak selalu mudah, tetapi setiap usaha, pengorbanan, dan ketekunan yang diberikan telah mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap proses yang dijalani dengan sungguh-sungguh akan menghasilkan sesuatu yang berharga.

Bandarlampung, 11 Juni 2026
Penulis

Desvin Harisda Putri
NPM. 2216071033

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Konseptual: <i>Public Diplomacy</i>	16
2.2.1 Elemen Diplomasi Publik Nicholas J. Cull	18
2.2.2 Paradigma Baru dan Peran Aktor Non-Negara.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	20
III. METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Peneliian	23
3.2 Fokus penelitian	24
3.3 Jenis Dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	27
1. Tahap Kondensasi Data.....	27
2. Tahap Penyajian Data	28
3. Tahap Penarikan Kesimpulan	29
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Hasil.....	30
4.1.1 Gambaran Umum Kebijakan Diplomasi Korea Selatan	30
4.1.2 Kemunculan dan Perkembangan <i>Hallyu</i>	36

4.1.3 Aktor Non-Negara dalam Diplomasi Korea Selatan.....	38
4.2 Pembahasan	44
4.2.1 Dukungan Institusional Korea Selatan untuk Ekspansi Global	44
4.2.2 Analisis Idol K-Pop Generasi Ketiga dalam Praktik <i>Public Diplomacy</i> Korea Selatan (2014-2025).....	48
4.2.3 <i>Listening</i> (Mendengarkan).....	51
4.2.3 <i>Advocacy</i> (advokasi)	54
4.2.4 <i>Cultural Diplomacy</i> (Diplomasi Budaya).....	62
4.3.6 <i>Exchange Diplomacy</i> Diplomasi Pertukaran).....	69
4.2.7 <i>International Broadcasting</i> (Penyiaran Internasional)	78
V. PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 BTS berbicara di sidang umum ke 76 PBB, saat menjadi Special Presidential Envoys for Future Generations and Culture.....	57
Gambar 4. 2 BTS saat menerima Paspor Diplomatik	58
Gambar 4. 3 Saat Blackpink berbicara tentang perubahan iklim.....	60
Gambar 4. 4 Blackpink menerima gelar kehormatan MBE.....	61
Gambar 4. 5 Musik Video Daechwita oleh Agust D	64
Gambar 4. 6 BTS menggunakan hanbok modern dalam Musik Video lagu Idol .	66
Gambar 4. 7 Jisoo memainkan geomungo dalma music video pink Vanom	69
Gambar 4. 8 Twice saat menghadiri NHK Kōhaku Uta Gassen 2017	72
Gambar 4. 9 Seventeen saat bekerja sama dalam inisiatif #GoingTogether dengan UNESCO.....	75
Gambar 4. 10 Set "Learn! KOREAN with BTS"	77
Gambar 4. 11 Konser virtual BTS “Map of the Soul: ON:E.....	81
Gambar 4. 12 Red Velvet Tampil di Korea Utara	83
Gambar 4. 13 Exo dalam kampanye “Korea Asks You”	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbandingan pendapatan industri kreatif fan industri manufaktur (Hyundai)	32
Tabel 4. 2 Tabel pembanding peran keempat institusi pengembangan Hallyu	48

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era global saat ini, diplomasi tidak lagi terbatas pada praktik tradisional yang hanya dijalankan oleh aktor negara seperti Kepala Negara, Menteri Luar Negeri, atau diplomat karier. Menurut Manuel Figueira (2022) dalam jurnal berjudul “*Indigenous Peoples as Non-State Diplomatic Actors in the Public/Cultural Diplomacy of Taiwan: A Case Study of Dispossession: Performative Encounter(s) of Taiwanese Indigenous Contemporary Art*”, diplomasi tidak lagi eksklusif bagi negara, melainkan juga dapat dijalankan oleh entitas di luar struktur pemerintahan.

Pandangan ini diperkuat oleh Plundrich Mirasolav (2024) melalui penelitiannya “*Diplomacy of Non-State Armed Actors: A New Reality in International Relations*”, yang menjelaskan bahwa diplomasi yang sebelumnya didominasi oleh pemerintah dan aktor negara kini berkembang menjadi arena yang jauh lebih plural, di mana kelompok masyarakat sipil, korporasi, komunitas transnasional, serta figur publik seperti artis, *influencer*, dan selebritas turut berperan dalam membentuk citra negara dan memengaruhi opini publik internasional (Plundrich, 2024).

Perubahan ini menandai pergeseran paradigma dalam praktik diplomasi modern, khususnya dalam domain *public diplomacy* yang menekankan pentingnya penyampaian nilai budaya dan pembangunan hubungan jangka panjang dengan masyarakat global melalui media kreatif dan representasi simbolik (Plundrich, 2024).

Salah satu negara yang menggunakan metode ini adalah Korea Selatan. Dimana pengalaman pasca krisis ekonomi Asia tahun 1997 membuat Korea Selatan

mulai mengalihkan fokus pembangunann ekonomi yang sebelumnya bergantung pada industri kasar dan dominasi *Chaebol* yang rentan terhadap pengaruh eksternal, ke industri budaya dan ekonomi kreatif (Kaloka dkk., 2019). Gagasan mengenai potensi ekonomi industri budaya sebenarnya telah muncul sejak tahun 1994 melalui laporan *Presidential Advisory Board on Science and Technology*, yang menyoroti bahwa industri budaya memiliki nilai ekonomi yang besar dan mampu menjadi sumber pertumbuhan baru. Pasca krisis, pemerintah secara aktif mengembangkan kebijakan yang mendukung industri hiburan, termasuk investasi dalam infrastruktur budaya, pembiayaan produksi konten, serta promosi budaya populer ke pasar internasional sebagai bagian dari strategi pemulihan ekonomi nasional (Elaskary, 2018).

Dalam perkembangannya, strategi ini melahirkan fenomena *Korean Wave* (*Hallyu*), yang mencakup penyebaran budaya populer Korea Selatan seperti K-Pop, drama, film, hingga gaya hidup ke berbagai belahan dunia. Pemerintah Korea Selatan secara resmi menempatkan *Hallyu* sebagai salah satu industri strategis nasional untuk meningkatkan citra negara dan memperluas pengaruh global. Melalui dukungan institusional seperti *Ministry of Culture, Sports and Tourism* (MCST), *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), *Korea Craetive Content agency* (KOCCA), serta *Korea Foundation for International Culture Exchange* (KOFICE), promosi budaya Korea dilakukan secara sistematis dan terintegrasi (Koo & Koo, 2022).

Seiring berjalannya waktu, strategi ini tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi, tetapi juga menjadi bagian penting dalam strategi Korea Selatan membangun citra negara di kancah internasional, strategi ini menjadi alat pendekatan kepada masyarakat internasional. Dalam hal ini, *Hallyu* Khususnya K-pop menjadi media komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens global secara lebih luas dan emosional. Perkembangan teknologi digital dan media sosial turut mempercepat proses ini, sebagaimana terlihat dari fenomena global seperti "*Gangnam Style*" yang menandai transformasi K-Pop dari fenomena regional menjadi fenomena global (J. Kim dkk., 2022).

Seiring dengan berkembangnya K-pop, peran aktor dalam diplomasi juga mengalami perubahan yang signifikan. Diplomasi tidak lagi hanya berfokus pada

aktor negara, melainkan juga melibatkan aktor non-negara. Dalam dua dekade terakhir, praktik diplomasi publik menjadi lebih inklusif dan horizontal, dimana aktor negara dan non-negara berperan secara sejajar dalam membentuk citra dan pengaruh global (Plundrich, 2024). Dalam konteks ini, individu seperti selebritas, *influencer*, dan figur publik menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi global suatu negara.

Dalam konteks Korea Selatan, transformasi tersebut terlihat jelas melalui keterlibatan idol K-Pop sebagai aktor non-negara yang mempresentasikan negara di kancah internasional. Idol K-Pop kemudian berkembang tidak hanya sebagai pelaku industri hiburan, tetapi juga sebagai representasi global Korea Selatan. Pemerintah secara aktif melibatkan idol dalam berbagai kegiatan internasional yang memiliki dimensi simbolik maupun diplomatik. Contohnya, penampilan boy group EXO, yang debut di tahun 2012 dalam penutupan Olimpiade Musim Dingin Pyeongchang 2018, menunjukkan bagaimana idol digunakan sebagai representasi budaya nasional di hadapan dunia. Bahkan, EXO disebut sebagai "*Nation's Pick*", yang mencerminkan keterkaitan antara identitas grup dengan citra negara. Selain itu, keterlibatan mereka dalam pertemuan antara Presiden Korea Selatan dan Presiden Amerika Serikat di tahun 2018 juga menunjukkan bahwa idol juga dapat hadir dalam konteks diplomasi tingkat tinggi (Shafie, 2025).

Selain EXO, Red Velvet sebagai salah satu girl group yang debut di tahun 2014 juga memiliki peran yang lebih kontekstual, khususnya dalam hubungan bilateral yang sensitif. Keterlibatan mereka dalam kunjungan diplomatik ke Korea Utara pada tahun 2018 mencerminkan bagaimana pemerintah secara selektif memilih representasi budaya yang dianggap sesuai dengan situasi politik tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan idol dalam diplomasi bukanlah sesuatu yang acak, melainkan bagian dari strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan diplomatik (Fatiah, 2018).

Sementara itu, grup seperti Blackpink juga memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan global Korea Selatan melalui keterlibatan mereka dalam berbagai kampanye internasional dan kolaborasi lintas negara. Salah satu bentuk keterlibatan yang menonjol adalah peran mereka dalam kampanye perubahan iklim,

termasuk keterlibatan dalam forum global seperti COP26 sebagai *advocate* untuk isu lingkungan. (Widyawati & Gunawan, 2023)

Adapun Twice yang menunjukkan bentuk diplomasi budaya melalui pendekatan yang lebih berfokus pada ekspansi regional dan kedekatan dengan audiens internasional, khususnya di kawasan Asia. Popularitas Twice di Jepang dan negara-negara Asia lainnya menjadikan mereka sebagai salah satu wajah utama Korea Selatan dalam memperkuat hubungan budaya lintas negara. Aktivitas seperti tur internasional, promosi lintas bahasa, serta keterlibatan dalam industri hiburan Jepang menunjukkan bagaimana Twice berperan dalam membangun jembatan budaya antara Korea Selatan dan negara lain (Azizah & Dwiyanti, 2021)

Selanjutnya ada Seventeen yang memiliki keterlibatan aktif dalam komunikasi dengan penggemar internasional melalui media digital, yang memungkinkan mereka membangun hubungan yang lebih personal dan berkelanjutan dengan audiens global. Berperan dalam memperluas jangkauan global Korea Selatan melalui popularitas internasional mereka. Melalui konser global, kolaborasi lintas negara, serta eksistensi di media internasional, Seventeen berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik dan citra positif Korea Selatan, serta membantu membangun kedekatan emosional dan keterikatan budaya dengan masyarakat global (Shafie, 2025).

Di antara banyaknya group K-Pop, BTS menjadi aktor paling menonjol dalam praktik penggunaan aktor non-negara dalam diplomasi budaya. Sejak debut pada tahun 2013, BTS berkembang menjadi fenomena global dengan basis penggemar transnasional yang sangat besar, yaitu ARMY (Lyu, 2024). Keberhasilan BTS tidak hanya terlihat dari pencapaian di industri musik, tetapi juga dari kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap Korea Selatan, serta kemampuannya dalam membangun citra negara di tingkat global (Gan, 2023).

Lebih dari itu, BTS secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan diplomasi internasional, seperti kampanye bersama UNICEF, pidato dalam sidang Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), serta partisipasi dalam isu global seperti pandemi, lingkungan, dan generasi muda. Puncak dari peran tersebut terlihat ketika pada 14 September 2021, Presiden Moon Jae-In secara resmi menunjuk BTS sebagai *Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture* serta

memberikan paspor diplomatik kepada seluruh anggota BTS (Lyu, 2024). Keputusan ini menjadi fenomena unik dalam diplomasi internasional, karena menunjukkan bahwa negara memberikan legitimasi formal kepada selebritas sebagai aktor diplomasi (Ahmad, 2020).

Dengan segala keberhasilan yang diraih, BTS menjadi fondasi diplomasi budaya Korea Selatan hari ini, khususnya K-Pop yang terus berkembang sebagai kekuatan budaya, ekonomi, dan politik yang menjadikan Korea Selatan aktor penting dalam lanskap global modern dimasa depan (Jin, 2021).

Berdasarkan berbagai contoh keterlibatan K-Pop idol dalam diplomasi budaya tersebut, terlihat bahwa tidak semua generasi idol memiliki konteks dan tingkat pengaruh yang sama dalam proses globalisasi budaya Korea Selatan (Liu, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus memfokuskan analisis pada peran K-Pop idol generasi ketiga dalam diplomasi publik Korea Selatan, dengan aktor yang terlibat yaitu BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen. Generasi ini dipilih karena merupakan fase penting dalam perkembangan *Hallyu*, di mana ekspansi K-Pop mencapai tingkat global yang lebih luas melalui pemanfaatan media digital, media sosial, serta dukungan kebijakan negara yang semakin terstruktur. Selain itu, idol generasi ketiga juga menunjukkan variasi bentuk keterlibatan dalam diplomasi budaya, mulai dari representasi simbolik hingga partisipasi dalam forum internasional, sehingga relevan untuk dianalisis dalam melihat bagaimana Korea Selatan memanfaatkan transformasi peran selebritas sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya di era modern.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan diplomasi modern telah mengubah cara negara berinteraksi di ranah internasional, di mana keterlibatan aktor non-negara menjadi semakin signifikan dalam praktik hubungan internasional. Diplomasi yang sebelumnya hanya dijalankan oleh aktor negara kini berkembang menjadi diplomasi yang

mengedepankan budaya dan industri kreatif sebagai instrumen penting dalam membangun citra serta pengaruh negara di tingkat global.

Korea Selatan menjadi salah satu negara yang berhasil memanfaatkan dinamika tersebut melalui fenomena *Hallyu (Korean Wave)*, khususnya K-Pop. Pemerintah Korea Selatan melihat industri hiburan sebagai aset strategis dalam memproyeksikan identitas nasional, memperluas hubungan dengan masyarakat internasional, serta meningkatkan daya tarik negara di kancah global. Dalam konteks ini, K-Pop idol generasi ketiga seperti BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen menjadi representasi global yang dimanfaatkan dalam diplomasi budaya. Hal ini juga didukung langsung dengan pembentukan institusi-institusi negara yang bertanggung jawab atas perkembangan industri kreatif khususnya *Hallyu*. Lantas, “Bagaimana peran Idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen kebijakan Diplomasi Publik Korea Selatan selama periode 2014-2025?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Korea Selatan memanfaatkan idol K-Pop generasi ketiga sebagai aktor non-negara dalam strategi diplomasi publik. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bentuk keterlibatan idol dalam praktik lima elemen diplomasi publik, serta menjelaskan peran negara dalam mendukung dan mengoptimalkan pemanfaatan idol sebagai instrumen diplomasi.

Secara khusus, penelitian ini akan menyoroti peran BTS, EXO, Blackpink, Twice Red Velvet, dan Seventeen. Hal ini bertujuan untuk untuk melihat variasi bentuk pemanfaatan idol K-Pop generasi ketiga dalam diplomasi publik Korea Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Hubungan Internasional, khususnya terkait diplomasi modern dan peran aktor non-negara dalam praktik diplomasi budaya. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep *public diplomacy* dengan menyoroti bagaimana idol K-Pop generasi ketiga dapat berfungsi sebagai aktor non-negara yang strategis dalam menyebarkan nilai budaya serta memperkuat citra negara di tingkat global.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemerintah, akademisi, dan praktisi mengenai bagaimana pemanfaatan selebritas dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi publik yang efektif di era globalisasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam merancang strategi diplomasi publik berbasis budaya populer, guna memperluas pengaruh global, memperkuat identitas nasional, serta mengembangkan model diplomasi modern yang lebih inklusif dan adaptif.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Untuk sumber acuan dalam penelitian ini, digunakan sejumlah penelitian terdahulu yang memahami dinamika diplomasi budaya, perluasan peran aktor non-negara dalam hubungan internasional, serta pemanfaatan budaya populer sebagai instrumen diplomasi publik. Kelima penelitian yang digunakan memiliki kesamaan dalam membahas peran budaya populer Korea Selatan, khususnya K-Pop, dalam membangun pengaruh global, serta keterlibatan idol sebagai aktor non-negara dalam praktik diplomasi modern.

Penelitian pertama yang menjadi rujukan dalam kajian ini adalah karya Tara Shafie (2025) berjudul “*K-Pop Idols as Diplomats: South Korean Celebrities and Soft Power*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis peran idol K-Pop dalam praktik diplomasi budaya Korea Selatan. Fokus utama penelitian ini adalah melihat bagaimana idol K-Pop dapat berfungsi sebagai aktor non-negara yang berkontribusi dalam meningkatkan *soft power* Korea Selatan di tingkat global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa idol K-Pop memiliki peran strategis sebagai *public diplomats* melalui keterlibatan mereka dalam berbagai kegiatan internasional. Beberapa contoh yang diangkat dalam penelitian ini antara lain penampilan EXO dalam Olimpiade Musim Dingin Pyeongchang 2018, keterlibatan Red Velvet dalam kunjungan diplomatik ke Korea Utara, serta partisipasi BTS dalam forum Perserikatan Bangsa-Bangsa. Melalui aktivitas tersebut, idol tidak hanya berfungsi sebagai pelaku industri hiburan, tetapi juga sebagai representasi budaya yang mampu membentuk citra positif Korea Selatan di mata dunia .

Penelitian ini relevan karena secara langsung menempatkan idol K-Pop sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya, serta menunjukkan bagaimana popularitas dan eksposur global dapat dimanfaatkan sebagai instrumen *soft power*. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena lebih berfokus pada contoh kasus tertentu dan belum mengkaji secara menyeluruh bagaimana negara memanfaatkan berbagai idol dalam satu kerangka strategi diplomasi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi dasar bagi penulis untuk mengembangkan analisis yang lebih komprehensif, khususnya dengan menyoroti peran idol K-Pop generasi ketiga dalam konteks strategi diplomasi Korea Selatan.

Penelitian kedua adalah penelitian dari Achmad Ismail, Muhammad Fachrie, Iga Raka dan Rizki Ramadhan (2023) yang berjudul “*Uncovering the Way of K-Pop as a Cultural Diplomacy Strategy South Korea in Indonesia*” (2023). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dari berbagai sumber sekunder, seperti jurnal, dokumen resmi, dan media daring. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Korea Selatan memanfaatkan K-Pop sebagai strategi diplomasi budaya, khususnya dalam konteks Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan melalui K-Pop dilakukan secara bertahap melalui tiga tahap utama, yaitu pengenalan, kebijakan, dan kerja sama. Pada tahap pengenalan, K-Pop diperkenalkan melalui media dan perkembangan teknologi digital. Selanjutnya, pada tahap kebijakan, pemerintah Korea Selatan memberikan dukungan institusional untuk memperkuat penyebaran budaya tersebut. Sementara itu, pada tahap kerja sama, dilakukan berbagai bentuk kolaborasi antara Korea Selatan dan Indonesia, baik dalam bidang budaya maupun industri kreatif. Melalui tahapan ini, Korea Selatan memperoleh berbagai keuntungan dalam aspek budaya, ekonomi, politik, dan sosial sebagai bagian dari kepentingan nasionalnya .

Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan dilakukan secara sistematis dan terintegrasi dengan kebijakan negara. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena lebih berfokus pada strategi negara secara umum dan belum membahas secara spesifik peran idol K-Pop sebagai aktor non-negara dalam diplomasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi dasar bagi penulis untuk mengembangkan analisis yang lebih

spesifik mengenai peran idol, khususnya generasi ketiga, dalam diplomasi modern Korea Selatan.

Penelitian ketiga adalah penelitian dari Jeung Mo Koo & Hyun Mo Koo (2022) berjudul “*K-Pop From Local to Global: A Study on Cultural Nationalism in Korean Pop Culture*” yang diterbitkan oleh *The Colombia Journal of Asia*. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis budaya, jurnal ini menjelaskan bagaimana k-pop berkembang dari fenomena lokal menjadi alat diplomasi global yang terintegrasi dalam proyek *cultural nationalism* Korea Selatan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan K-Pop bukanlah fenomena yang terjadi secara spontan, melainkan hasil dari kebijakan negara yang terstruktur, termasuk dukungan institusional, investasi infrastruktur budaya, dan strategi promosi global yang agresif. Jurnal ini memperlihatkan bahwa peran pemerintah sangat signifikan dalam membentuk arah perkembangan industri budaya sehingga mampu memperkuat *pengaruh budaya* Korea Selatan. Relevansi penelitian ini bagi kajian ini sangat kuat, karena menunjukkan bahwa kesuksesan K-pop sebagai bagian dari *Hallyu* merupakan bagian dari strategi besar pemerintah Korea Selatan dalam membangun citra negara melalui diplomasi budaya. Dengan demikian, penggunaan idol K-Pop sebagai aktor diplomasi dan pemberian paspor diplomatik kepada BTS dapat dipahami sebagai bentuk pengakuan dan legitimasi negara atas kontribusi mereka dalam memperkuat posisi Korea Selatan di panggung global melalui mekanisme diplomasi non-tradisional.

Penelitian ketiga menjelaskan tentang struktural yang melandasi munculnya K-pop sebagai instrumen diplomasi Korea Selatan. studi ini membantu memahami peran pemerintah dalam membangun fondasi strategis yang memungkinkan idol K-pop menjadi representasi negara dalam diplomasi budaya. Dengan demikian, penelitian ini memperjelas korelasi antara kebijakan budaya nasional dan pengakuan diplomatik formal terhadap idol K-pop .

Penelitian keempat yang menjadi rujukan yang sangat penting dalam penelitian ini adalah karya Pinjie Lyu (2024) berjudul “*The Multifaceted Impact of BTS: Driving South Korea’s Economy, Soft Power, and Cultural Exchange*”. Menggunakan metode analisis tekstual dan studi kasus, Lyu menelaah kontribusi multidimensional BTS terhadap Korea Selatan, mulai dari aspek ekonomi,

diplomasi, hingga pengaruh budaya. Penelitian ini menemukan bahwa BTS memberikan dampak signifikan terhadap PDB Korea Selatan mencapai sebesar 0,3 persen dan secara konsisten meningkatkan pendapatan nasional melalui tur global, penjualan album, streaming digital, serta kolaborasi internasional. Jurnal ini juga menjelaskan bahwa popularitas global BTS telah memperluas pengaruh budaya Korea Selatan melalui diplomasi publik, terlihat dari keterlibatan mereka dalam kampanye UNICEF, pidato dalam Majelis Umum PBB, serta peran mereka sebagai symbol nasional yang memperkuat citra negara di dunia Internasional. Lyu juga mengaskan peran BTS sebagai agen pertukaran budaya melalui penggunaan Hanbok, penyesuaian dengan budaya lokal pada konser di negara-negara Muslim, dan kolaborasi musik lintas negara. Relevansinya bagi penelitian ini terletak pada penegasan bahwa BTS merupakan aktor non-negara dengan peran diplomatik yang signifikan dalam memajukan kepentingan Korea Selatan.

Penelitian Lyu berguna bagi penulis karena menyediakan informasi yang jelas mengenai dampak multidimensional BTS terhadap ekonomi, diplomasi publik, dan budaya internasional Korea Selatan. Penelitian ini mendukung argumen bahwa BTS berkontribusi terhadap kepentingan nasional Korea Selatan, contohnya aktivitas BTS dalam kampanye global seperti UNICEF dan PBB. Kegiatan tersebut memperkuat justifikasi bagi pemberian *Diplomatic Passport* sebagai bentuk pengakuan resmi negara atas peran diplomatik BTS oleh pemerintah Korea Selatan.

Penelitian kelima berasal dari Joon-ho Kim, Kwang-jin Kim, Bum-tae Park, dan Hyun-ju Choi (2022) dalam jurnal berjudul "*The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention.*" Menggunakan metode kuantitatif melalui *structural equation modelling* (SEM), penelitian ini menganalisis bagaimana enam faktor keberhasilan K-Pop yaitu *producers, casting, training, producing/promotion, social media, dan contents* berpengaruh terhadap citra nasional Korea Selatan, perilaku kewargaan digital di media sosial, serta niat wisatawan untuk berkunjung ke Korea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat faktor utama, yaitu *producers, casting, producing/promotion, dan contents*, memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra nasional, yang pada gilirannya memicu perilaku digital positif

dan meningkatkan minat wisata budaya ke Korea. Temuan ini sangat relevan dengan penelitian mengenai idol K-pop karena menunjukkan bagaimana keberhasilan struktur industri K-Pop dapat menghasilkan figur seperti BTS, Blackpink, EXO dll yang mampu bertindak sebagai agen diplomasi. Dalam konteks diplomasi modern, jurnal ini mendukung pemahaman bahwa popularitas K-pop tidak hanya terbentuk dari aspek musik, tetapi juga dari strategi produksi, *storytelling*, dan interaksi digital yang memperkuat citra Korea Selatan di level global. Namun, penelitian ini belum menelaah bagaimana dampak tersebut berhubungan dengan legitimasi diplomatik formal, seperti pemberian paspor diplomatik kepada BTS, sehingga memberikan ruang bagi penelitian ini untuk mengkaji peran aktor non-negara dalam diplomasi publik Korea Selatan.

Penelitian kelima menjelaskan bagaimana mekanisme industri hiburan Korea dan strategi budaya dapat menciptakan citra nasional positif dan memengaruhi perilaku internasional. Penelitian ini relevan untuk studi ini karena memperlihatkan pentingnya sistem produksi budaya dalam membentuk figure idol global. Namun, penelitian ini belum membahas aspek legitimasi diplomatik formal, sehingga membuka ruang bagi penelitian ini untuk memfokuskan pembahasan pada aspek yang belum dijelaskan, seperti kebijakan pemerintah Korea Selatan dalam menjadikan idol K-Pop generasi ketiga sebagai aktor non negara diplomasi publiknya.

Tabel 2.1.1 Komparasi Penelitian Terdahulu

Aspek Komparasi	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5
Judul Penelitian	<i>K-Pop Idols as Diplomats: South Korean Celebrities and Soft Power</i>	<i>Uncovering the Way of K-Pop as a Cultural Diplomacy Strategy South Korea in Indonesia</i>	<i>K-Pop From Local to Global: A Study on Cultural Nationalism in Korean Pop Culture</i>	<i>The Multifaceted Impact of BTS: Driving South Korea's Economy, Soft Power, and Cultural Exchange</i>	<i>The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between</i>

					<i>Success Factors of K-Pop and the National Image. Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention.</i>
Peneliti	Tara Shafie	Achmad Ismail, Muhammad Fachrie, Iga Raka & Rizki Ramadhan	Jeung Mo Koo & Hyun Mo Koo	Pinjie Lyu	Joon-ho Kim, Kwang-jin Kim, Bum-tae Park, Hyun-ju Choi
Pendekatan Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kuantitatif
Kerangka Konsep	<i>Soft Power (Nye), Non-state Actors, Public Diplomacy</i>	<i>Cultural Diplomacy, Public Diplomacy, Nation Branding, Nation Interest</i>	<i>Cultural nationalism, soft power, cultural policy</i>	<i>Soft power, public diplomacy, cultural exchange</i>	<i>Nation Image, Cultural Industry System, Soft Power Effect</i>
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa idol K-Pop memiliki	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan melalui K-Pop dilakukan	Hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan K-Pop sebagai	Hasil penelitian menemukan bahwa BTS memberikan dampak yang signifikan dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan K-Pop

	<p>peran strategis sebagai aktor non-negara dalam praktik diplomasi budaya Korea Selatan. Melalui keterlibatan dalam berbagai forum internasional seperti Olimpiade Musim Dingin, kunjungan diplomatik antarnegara, serta forum Perserikatan Bangsa-Bangsa, idol K-Pop berfungsi sebagai <i>public diplomats</i> yang mampu menjangkau</p>	<p>secara sistematis melalui tiga tahap utama, yaitu pengenalan, kebijakan, dan kerja sama. Pada tahap pengenalan, K-Pop disebarluaskan melalui media massa dan platform digital, yang kemudian diperkuat melalui kebijakan pemerintah dalam bentuk dukungan institusional. Tahap kerja sama diwujudkan melalui kolaborasi budaya dan industri kreatif dengan negara lain, termasuk Indonesia. Strategi ini</p>	<p>fenomena global tidak terjadi secara spontan, melainkan merupakan hasil dari strategi negara yang terstruktur dan berkelanjutan. Pemerintah Korea Selatan berperan aktif melalui kebijakan budaya, investasi infrastruktur, serta promosi global yang agresif dalam mendorong perkembangan industri K-Pop. Dengan demikian, K-Pop menjadi bagian dari proyek <i>cultural nationalism</i></p>	<p>multidimensional terhadap Korea Selatan. Dari sisi ekonomi, BTS berkontribusi terhadap PDB nasional melalui aktivitas industri musik global seperti tur internasional, penjualan album, dan platform digital. Dari sisi diplomasi, BTS berperan dalam diplomasi publik melalui keterlibatan dalam kampanye global seperti UNICEF dan partisipasi dalam forum Perserikatan Bangsa-Bangsa. Selain itu, BTS juga berfungsi sebagai agen pertukaran budaya dengan memperkenalkan</p>	<p>dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti sistem produksi, proses casting, strategi promosi, dan kualitas konten. Faktor-faktor tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra nasional Korea Selatan. Citra positif ini kemudian mendorong perilaku partisipatif di media sosial serta meningkatkan minat wisatawan</p>
--	--	---	---	---	--

	<p>audiens global secara luas. Aktivitas tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas budaya Korea Selatan, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk citra positif negara melalui pendekatan yang lebih persuasif dan berbasis popularitas.</p>	<p>terbukti memberikan keuntungan multidimensional bagi Korea Selatan, baik dalam aspek ekonomi, budaya, politik, maupun peningkatan citra negara di tingkat global</p>	<p>yang digunakan untuk memperkuat identitas nasional sekaligus meningkatkan pengaruh global Korea Selatan melalui mekanisme soft power.</p>	<p>elemen budaya Korea ke berbagai negara, sehingga memperkuat posisi Korea Selatan sebagai kekuatan budaya global.</p>	<p>internasional untuk berkunjung ke Korea Selatan. Dengan demikian, industri K-Pop tidak hanya berperan sebagai sektor hiburan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat soft power dan daya tarik global negara.</p>
--	---	---	--	---	--

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

2.2 Landasan Konseptual: *Public Diplomacy*

Public diplomacy atau diplomasi publik merupakan salah satu pilar utama dalam studi Hubungan Internasional kontemporer yang berfokus pada upaya aktor negara maupun non-negara untuk memahami, menginformasikan, dan memengaruhi publik luar negeri. Nicholas J. Cull dan Nancy Snow dalam "*Routledge Handbook of Public Diplomacy*" (2020) menjelaskan bahwa diplomasi publik beroperasi melalui manajemen persepsi dan pembangunan hubungan jangka panjang. Berbeda dengan diplomasi tradisional yang bersifat tertutup dan hanya melibatkan elit pemerintahan (*government-to-government*), diplomasi publik menitikberatkan hubungan antara pemerintah dengan masyarakat asing (*government-to-people*) serta hubungan antarmasyarakat lintas batas negara (*people-to-people*) (Snow, t.t.).

Nicholas J. Cull dalam bukunya "*Public Diplomacy: Lessons from the Past*" (2009) menekankan bahwa diplomasi publik bukanlah fenomena baru, namun manifestasinya di era modern telah berevolusi menjadi lebih kompleks seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Cull menggarisbawahi bahwa diplomasi publik yang efektif tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga bersifat relasional, di mana kredibilitas aktor menjadi kunci utama keberhasilan pesan diplomatik yang disampaikan (Cull, 2009).

Secara historis, praktik diplomasi publik sebenarnya telah memiliki akar yang panjang sejak masa kuno, baik di kawasan Eropa maupun Asia, terutama melalui penyebaran budaya, bahasa, perdagangan, hingga pengaruh peradaban. Namun, istilah "*public diplomacy*" baru mulai digunakan secara formal pada tahun 1965 oleh Edmund Gullion dari *Fletcher School of Law and Diplomacy*. Penggunaan istilah tersebut bertujuan untuk membedakan diplomasi publik dari praktik propaganda yang pada masa Perang Dingin sering dikaitkan dengan manipulasi informasi dan kepentingan politik semata (Ruth, 2022). Oleh karena itu, diplomasi publik dipahami sebagai pendekatan yang lebih persuasif, komunikatif, dan membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat internasional.

Menurut J. Cull, diplomasi publik pada bentuk idealnya merupakan proses komunikasi dua arah (*two-way communication*) yang memungkinkan terjadinya

pengaruh timbal balik antara negara dengan publik asing. Artinya, negara tidak hanya menyampaikan pesan atau kepentingannya kepada masyarakat luar negeri, tetapi juga mendengarkan respons, pandangan, dan aspirasi publik tersebut. Pendekatan ini menjadikan masyarakat asing sebagai partisipan aktif dalam proses diplomasi, bukan sekadar objek penerima pesan politik. Dalam praktiknya, keberhasilan diplomasi publik sangat bergantung pada tingkat kredibilitas aktor yang menyampaikan pesan tersebut. Publik internasional cenderung lebih mudah menerima pesan yang dianggap autentik, netral, dan tidak terlalu terikat pada kepentingan politik negara secara langsung (Cull, 2009).

Hal inilah yang kemudian menjelaskan mengapa aktor non-negara memiliki peran yang semakin penting dalam diplomasi publik kontemporer. Dalam banyak kasus, figur budaya, pelaku industri kreatif, musisi, selebritas, maupun tokoh publik lainnya justru memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan institusi pemerintah itu sendiri. Kehadiran mereka dianggap lebih dekat dengan masyarakat dan lebih mampu membangun hubungan emosional dengan publik global. Selain itu, independensi dan integritas yang dimiliki oleh aktor non-negara sering kali membuat pesan yang mereka bawa lebih dipercaya dibandingkan pernyataan resmi pemerintah. Oleh sebab itu, keterlibatan sektor budaya dan industri hiburan dalam diplomasi publik menjadi salah satu strategi yang semakin banyak digunakan oleh berbagai negara, termasuk Korea Selatan melalui fenomena *Hallyu* dan industri K-Pop.

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet juga turut mengubah praktik diplomasi publik secara signifikan. Munculnya media digital melahirkan konsep *New Public Diplomacy* maupun Diplomasi Publik 2.0 yang menekankan pentingnya interaksi berbasis jaringan digital dan komunikasi yang lebih partisipatif. Jika sebelumnya diplomasi publik lebih banyak dilakukan melalui media satu arah seperti televisi, radio, atau surat kabar, perkembangan teknologi Web 2.0 memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif secara real-time melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, X (Twitter), TikTok, dan berbagai platform media sosial lainnya. Kehadiran media digital tidak hanya mempercepat penyebaran informasi lintas negara, tetapi juga memungkinkan terbentuknya

komunitas transnasional yang aktif berinteraksi dan membangun kedekatan budaya tanpa batas geografis (Cull, 2013).

Dalam era digital saat ini, diplomasi publik tidak lagi sepenuhnya dimonopoli oleh negara. Masyarakat sipil, komunitas global, hingga fandom internasional dapat berperan sebagai bagian dari proses diplomasi melalui aktivitas komunikasi, pertukaran budaya, dan penyebaran nilai-nilai tertentu di ruang digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa diplomasi publik modern telah berkembang menjadi proses yang jauh lebih kompleks, dinamis, dan melibatkan banyak aktor di luar pemerintah. Oleh karena itu, kemampuan negara dalam memanfaatkan media digital serta menggandeng aktor non-negara menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan diplomasi publik di era globalisasi kontemporer.

2.2.1 Elemen Diplomasi Publik Nicholas J. Cull

Sebagai salah satu pemikir utama dalam bidang ini, Nicholas J. Cull membagi diplomasi publik ke dalam lima elemen fungsional. Kelima elemen ini merupakan satu kesatuan utuh yang mendefinisikan bagaimana sebuah subjek diplomatik berinteraksi dengan dunia luar;

1. *Listening* (Mendengarkan): Elemen ini merupakan fondasi paling dasar namun sering kali terabaikan. *Listening* didefinisikan sebagai upaya sistematis sebuah aktor untuk mengumpulkan data dan memahami opini, sentimen, serta budaya publik asing sebelum memulai komunikasi (Cull, 2009). Tujuan utama dari mendengarkan adalah untuk memetakan audiens dan memastikan bahwa pesan yang nantinya akan disampaikan memiliki relevansi dan tidak menimbulkan resistensi budaya.
2. *Advocacy* (Advokasi): Advokasi merujuk pada upaya aktif untuk menjelaskan kebijakan, ideologi, atau pandangan tertentu kepada publik luar negeri. Fokus utama dari advokasi adalah untuk mendapatkan dukungan atau pemahaman atas tindakan tertentu yang diambil oleh aktor diplomatik (Cull, 2009). Dalam

elemen ini, komunikasi bersifat lebih direktif namun tetap mengedepankan persuasi agar kebijakan tersebut dapat diterima secara sukarela oleh publik asing.

3. *Cultural Diplomacy* (Diplomasi Budaya): Cull mendefinisikan diplomasi budaya sebagai upaya untuk memfasilitasi transmisi aspek-aspek kebudayaan nasional (seperti seni, bahasa, gaya hidup, dan nilai-nilai) kepada masyarakat internasional. Tujuan jangka panjangnya adalah untuk membangun pemahaman mendalam dan kekaguman terhadap identitas nasional sebuah negara, yang pada akhirnya akan memperkuat *soft power* (Cull, 2009). Berbeda dengan advokasi yang bersifat jangka pendek, diplomasi budaya bekerja secara perlahan namun memiliki dampak yang lebih permanen dalam membentuk persepsi.
4. *Exchange Diplomacy* (Diplomasi Pertukaran): Elemen ini menitikberatkan pada interaksi interpersonal dan pengalaman langsung antarindividu. Pertukaran mencakup program pendidikan, profesional, maupun budaya yang melibatkan perpindahan orang atau ide secara timbal balik (Cull, 2009). Cull berargumen bahwa *human factor* (faktor manusia) dalam diplomasi pertukaran menciptakan ikatan emosional dan jejaring sosial yang sulit dipatahkan oleh perubahan politik formal, karena didasarkan pada pengalaman subjektif yang nyata.
5. *International Broadcasting* (Penyiaran Internasional): Elemen ini merupakan pemanfaatan media massa mulai dari radio, televisi, hingga platform digital untuk menyebarkan informasi secara luas kepada publik internasional (Cull, 2020). Di era modern, penyiaran internasional tidak lagi hanya dikelola oleh negara melalui lembaga penyiaran resmi, tetapi juga oleh berbagai platform media baru yang memungkinkan informasi menyebar secara instan melintasi batas-batas kedaulatan.

2.2.2 Paradigma Baru dan Peran Aktor Non-Negara

Snow dalam buku yang sama juga menjelaskan adanya pergeseran dari "Diplomasi Publik Lama" ke "Diplomasi Publik Baru". Paradigma baru ini ditandai dengan melemahnya dominasi negara sebagai aktor tunggal. Aktor non-negara, termasuk selebritas, organisasi masyarakat sipil, dan industri kreatif, kini memiliki peran yang setara bahkan terkadang lebih efektif daripada pemerintah. Hal ini disebabkan oleh tingkat kredibilitas aktor non-negara yang dianggap lebih tinggi, lebih organik, dan memiliki kemampuan untuk berkomunikasi di luar protokol birokrasi yang kaku (Snow, t.t.).

Penggunaan teori diplomasi publik yang mencakup lima elemen taksonomi Nicholas J. Cull serta perspektif aktor non-negara dari Nancy Snow yaitu elemen *Advocacy, Listening, Cultural Diplomacy, Exchange Diplomacy* dan *International Broadcasting* yang sangat krusial dalam penelitian ini. Teori ini berfungsi sebagai alat bedah untuk menganalisis bagaimana mekanisme komunikasi internasional dijalankan melalui instrumen budaya populer. Secara praktis, teori ini akan membantu peneliti untuk mengidentifikasi bagaimana setiap elemen dioperasikan oleh aktor non-negara dalam membangun citra nasional dan memengaruhi persepsi audiens global secara sistematis. Dengan demikian, kerangka berpikir ini memungkinkan peneliti untuk melihat fenomena budaya bukan sekadar sebagai produk komersial, melainkan sebagai aset strategis dalam struktur hubungan internasional modern.

2.3 Kerangka Pemikiran

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang berhasil memanfaatkan budaya populer sebagai instrumen dalam memperkuat posisi dan citra internasionalnya. Keberhasilan ini tidak terlepas dari berkembangnya fenomena *Hallyu*, yang mencakup musik K-Pop, drama, film, hingga gaya hidup yang menyebar secara global melalui media digital. Penyebaran budaya ini tidak hanya meningkatkan ketertarikan publik internasional terhadap Korea Selatan, tetapi juga

membangun kedekatan emosional serta memperluas hubungan budaya lintas negara. Dalam konteks diplomasi modern, budaya populer menjadi medium yang efektif dalam menjangkau masyarakat global secara lebih luas dan fleksibel. Dalam hal ini, K-Pop idol generasi ketiga seperti BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen menjadi representasi penting dalam penyebaran budaya Korea Selatan di tingkat global.

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dibangun dengan menggunakan konsep diplomasi publik dan kelima elemennya. Melalui konsep ini, idol K-Pop dipahami tidak hanya sebagai pelaku industri hiburan, tetapi juga sebagai figur publik yang mampu menyampaikan pesan, nilai, dan identitas budaya kepada audiens internasional. Peran tersebut dijalankan melalui berbagai bentuk aktivitas, seperti partisipasi dalam forum internasional, keterlibatan dalam kampanye global, serta interaksi langsung dengan publik melalui media digital. Dalam konteks ini, negara tidak lagi menjadi satu-satunya aktor diplomasi, melainkan bekerja secara tidak langsung melalui figur-figur populer yang memiliki jangkauan global.

Praktik diplomasi publik dalam penelitian ini dipahami sebagai upaya negara dalam membangun citra dan hubungan internasional melalui pertukaran dan representasi budaya. Pemerintah Korea Selatan memanfaatkan popularitas idol K-Pop sebagai bagian dari strategi diplomasi publik untuk memperkenalkan nilai, identitas, dan citra negara kepada masyarakat global. Keterlibatan BTS dalam forum internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa serta kampanye global, dan aktivitas internasional yang dilakukan oleh idol lain seperti Blackpink dalam kampanye isu global, menunjukkan bahwa idol berperan sebagai perpanjangan representasi budaya Korea Selatan di tingkat internasional.

Sistematika pemikiran ini membantu peneliti dalam menjelaskan bagaimana diplomasi budaya dijalankan oleh aktor non-negara melalui pemanfaatan idol K-Pop generasi ketiga. Kerangka ini juga menjelaskan bagaimana negara memanfaatkan popularitas dan jangkauan global idol untuk membangun citra nasional, memperluas hubungan budaya, serta memperkuat posisi Korea Selatan dalam dinamika hubungan internasional modern. Oleh karena itu, kerangka pemikiran ini digunakan untuk menganalisis bagaimana idol K-Pop generasi ketiga berperan sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan.

Tabel 2.2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, 2026

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Peneliiian

Penelitian ini telah dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial berdasarkan interpretasi terhadap realitas yang diamati (Creswell, 2018). Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk membantu memahami dan menganalisis fenomena secara sistematis dalam menjawab rumusan masalah.

Pendekatan kualitatif deskriptif peneliti gunakan untuk menganalisis praktik diplomasi budaya yang dilakukan oleh aktor non-negara, idol K-Pop generasi ketiga dalam mendukung strategi diplomasi publik Korea Selatan. Dalam konteks ini, penelitian tidak hanya berfokus pada satu aktor, tetapi juga melihat variasi peran dari beberapa idol, yaitu BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventee. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menganalisis representasi budaya, keterlibatan dalam forum internasional, serta bentuk interaksi global yang dilakukan oleh idol K-Pop sebagai bagian dari praktik diplomasi publik. Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana Korea Selatan menjadikan idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen diplomasi publiknya.

3.2 Fokus penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membatasi ruang lingkup analisis agar tidak melebar dari topik utama. Peneliti berfokus pada pemanfaatan idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen dalam diplomasi publik Korea Selatan periode 2014-2025. Analisis diarahkan pada praktik diplomasi publik yang dilakukan oleh idol K-Pop generasi ketiga melalui berbagai aktivitas internasional, seperti partisipasi dalam forum global, keterlibatan dalam kampanye internasional, konser dunia, serta interaksi dengan *audiens* secara langsung ataupun melalui media digital. Dalam hal ini, penelitian menitikberatkan pada bentuk representasi budaya, komunikasi global, serta peran simbolik idol dalam membangun citra Korea Selatan.

Selain itu, peneliti juga menelaah peran negara dalam mendukung dan memanfaatkan idol sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya, termasuk bagaimana kebijakan dan dukungan institusional mencerminkan upaya *nation branding* Korea Selatan. Dengan demikian, fokus penelitian ini terletak pada Sejarah *Hallyu*, bentuk dukungan negara, dan diplomasi publik Korea Selatan yang melibatkan idol K-Pop generasi ketiga, tanpa melakukan pengukuran kuantitatif terhadap dampak atau persepsi publik.

Penelitian ini secara khusus memilih enam idol K-Pop generasi ketiga, yaitu BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen sebagai aktor yang dianalisis. Pemilihan keenam grup tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, seluruhnya merupakan representasi utama generasi ketiga K-Pop yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan *Hallyu* dan keberhasilan ekspansi K-Pop di pasar internasional. Kedua, keenam grup tersebut memiliki tingkat popularitas global yang tinggi, ditunjukkan melalui pencapaian internasional, penyelenggaraan tur dunia, basis penggemar transnasional yang luas, serta kontribusinya dalam meningkatkan eksposur budaya Korea Selatan di berbagai kawasan dunia. Ketiga, masing-masing grup memiliki rekam jejak keterlibatan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam berbagai aktivitas yang mendukung diplomasi publik Korea Selatan, seperti partisipasi dalam forum

internasional, promosi pariwisata, kampanye sosial, kerja sama dengan lembaga pemerintah, hingga representasi budaya Korea dalam berbagai kegiatan global.

Rentang waktu penelitian ditentukan pada periode 2014-2025. Peneliti memilih tahun 2014 sebagai titik awal karena menandai fase awal ekspansi global K-Pop generasi ketiga, di mana idol mulai membangun basis penggemar internasional dan memperluas jangkauan pasar global. Sementara itu, tahun 2025 dipilih sebagai batas akhir untuk melihat perkembangan terkini dari peran idol dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Rentang waktu ini dipilih agar penelitian dapat menggambarkan secara lebih komprehensif proses transformasi K-Pop idol dari sekadar pelaku industri hiburan menjadi aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan, berupa dokumen resmi, laporan, arsip digital, serta berbagai sumber tertulis lainnya (Creswell, 2018). Sumber data mencakup dokumen kebijakan dan laporan resmi pemerintah Korea Selatan dan institusi Internasional, seperti yang diterbitkan oleh *Ministry of Culture, Sports, and Tourism (MCST)* dan UNICEF, yang memuat informasi mengenai kebijakan promosi budaya, diplomasi budaya dan keterlibatan aktor non-negara dalam forum resmi internasional.

Selain itu, peneliti juga memanfaatkan penelitian dari jurnal akademik, artikel ilmiah, laporan riset, serta publikasi internasional yang membahas *Hallyu*, K-Pop, diplomasi budaya, dan *public diplomacy* Penelitian terdahulu yang relevan juga digunakan sebagai rujukan untuk memperkuat analisis. Data tambahan diperoleh dari media internasional, platform digital, serta dokumentasi aktivitas BTS dan idol K-Pop generasi ketiga dalam berbagai kegiatan global.

Meskipun banyak sumber resmi yang menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan, namun hal itu belum cukup untuk melengkapi isi dari penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti banyak membaca informasi terkait grup K-pop terkait dari media sosial khususnya akun-akun fanbase idol K-Pop generasi ketiga di X. selain

itu, peneliti juga banyak menonton video berkaitan dengan agenda diplomasi ataupun non-diplomasi yang dilakukan oleh K-Pop grup terkait, di Youtube ataupun Tiktok. Hal tersebut sangat membantu peneliti agar lebih mudah untuk memahami latar belakang aktor-aktor yang terlibat dalam penelitian ini

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan Studi kepustakaan dengan menelaah berbagai literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku akademik, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *public diplomacy*, aktor non negara dalam diplomasi dan fenomena *Hallyu*. Sumber-sumber tersebut diakses melalui platform digital seperti Google Scholar www.scholar.google.co.id, JSTOR www.jstor.org, dan Taylor & Francis www.tandfonline.com, serta beberapa jenis sumber lainnya.

Selanjutnya, peneliti juga melakukan studi dokumentasi dengan menganalisis berbagai dokumen resmi dan arsip digital yang berkaitan dengan aktivitas diplomasi budaya Korea Selatan. Sumber data diperoleh dari situs resmi seperti situs *United nations* yaitu www.webtv.un.org dan www.unpartnerships.in.org, Kementerian Luar Negeri Korea Selatan (MOFA) www.mofa.go.kr, *Ministry of Culture, Sports, and Tourism (MCST)* www.msct.o.kr, serta media resmi perusahaan yang menaungi BTS, yakni HYBE Corporation hybecorp.com. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan dokumentasi berupa video, kampanye internasional, serta aktivitas media sosial dari idol K-Pop generasi ketiga untuk melengkapi data penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, Teknik analisis data merupakan tahapan yang bertujuan untuk mengolah, menafsirkan, dan menyusun data yang telah dikumpulkan agar menghasilkan pemahaman yang terstruktur dan dapat menjawab rumusan masalah penelitian (Croswell, 2018). Analisis data dilakukan melalui proses penyusunan data empiris menjadi informasi yang bermakna, yang pada akhirnya digunakan untuk membangun argumentasi akademik dan menarik kesimpulan berdasarkan teori dan konsep yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri dari tiga tahap utama yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles dkk., 2014). Ketiga tahapan ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diolah secara sistematis dan akurat sehingga menghasilkan analisis tentang bagaimana Korea Selatan memanfaatkan K-Pop idol generasi ketiga sebagai aktor non-negara dalam strategi diplomasi budaya, dengan BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, dan Seventeen sebagai aktor yang digunakan.

Pada tahapan ini, peneliti mengalami kesulitan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Hal ini terjadi karena banyaknya sumber yang tidak dapat di akses secara bebas dan sumber-sumber berbahasa asing yang terkadang sulit untuk di terjemahkan. Dalam analisis data, peneliti juga mengalami kendala karena banyaknya data dan informasi yang harus dikumpulkan mengenai idol K-Pop generasi ketiga. Namun, hal tersebut tidak berlaku untuk data mengenai BTS, karena peneliti merupakan seorang penggemar BTS (ARMY) sejak 6 tahun yang lalu.

1. Tahap Kondensasi Data

Tahap pertama yaitu kondensasi data, yaitu proses memilih, menyederhanakan, memfokuskan, mengelompokkan, dan mengorganisir data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, proses kondensasi data peneliti

lakukan secara bertahap dengan menyeleksi dan menyederhanakan data yang diperoleh melalui berbagai sumber digital. Peneliti kemudian memusatkan perhatian pada informasi dan dokumen yang berkaitan dengan aktivitas idol K-Pop generasi ketiga sebagai aktor non-negara dalam diplomasi publik Korea Selatan. Kondensasi data dilakukan untuk membantu peneliti mengidentifikasi pola dan temuan utama yang relevan dengan analisis diplomasi budaya Korea Selatan.

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai sumber, mulai dari literatur akademik mengenai diplomasi publik, peran aktor non-negara dalam diplomasi modern, dokumen resmi pemerintah Korea Selatan, publikasi lembaga internasional, arsip media internasional, hingga konten digital dari akun media sosial idol K-Pop dan agensi terkait. Seluruh informasi yang berkaitan dengan aktivitas diplomasi idol K-Pop generasi ketiga kemudian dipetakan dan dikelompokkan ke dalam tema-tema analitik untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi pola peran idol K-Pop sebagai bagian dari strategi diplomasi publik Korea Selatan. Contohnya, peneliti melakukan penyaringan data dengan menggunakan kriteria tertentu, yaitu relevansi terhadap konsep diplomasi publik dan kelima elemennya.

Tahap kondensasi ini membantu peneliti menyusun gambaran menyeluruh mengenai kontribusi idol K-Pop generasi ketiga dalam penguatan citra internasional Korea Selatan serta dalam pembentukan narasi global mengenai budaya Korea Selatan. Dalam prosesnya, peneliti melakukan seleksi manual untuk sumber data yang akan dicantumkan pada penelitian ini. Proses ini juga dilakukan secara berulang oleh peneliti untuk memastikan konsistensi data.

2. Tahap Penyajian Data

Tahap berikutnya adalah penyajian data, yaitu proses penyusunan data yang telah diseleksi ke dalam bentuk narasi terstruktur agar memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar data dan menarik kesimpulan. Pada tahap ini peneliti menyusun informasi yang berhubungan dengan aktivitas diplomasi idol K-Pop generasi ketiga dalam bentuk uraian deskriptif mengenai keterlibatan mereka dalam

agenda internasional, kampanye global, serta representasi mereka sebagai ikon budaya Korea Selatan.

Penyajian data dilakukan dengan menampilkan informasi yang bersumber dari dokumen resmi pemerintah Korea Selatan, laporan kegiatan kampanye internasional, jurnal akademik, publikasi media global, serta dokumentasi visual berupa foto, video, dan unggahan media sosial resmi idol. Dengan cara ini, data yang kompleks dapat disajikan dalam bentuk yang lebih ringkas dan sistematis, sehingga mempermudah proses analisis lebih lanjut mengenai peran idol dalam diplomasi publik.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti melakukan proses penafsiran (interpretasi) terhadap data yang telah dianalisis, dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hasil interpretasi digunakan untuk memahami bagaimana Korea Selatan memanfaatkan idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen dalam diplomasi publik, serta bagaimana variasi peran yang ditunjukkan oleh masing-masing idol K-Pop dalam mendukung strategi diplomasi publik Korea Selatan.

Kesimpulan yang terbentuk kemudian merangkum pemahaman peneliti mengenai efektivitas penggunaan aktor non-negara dalam diplomasi publik melalui budaya populer, serta dampaknya terhadap citra internasional Korea Selatan. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi implikasi dari keterlibatan idol K-Pop generasi ketiga dalam kelima elemen diplomasi publik terhadap penguatan posisi Korea Selatan di tingkat global dan pembentukan persepsi publik internasional. Dengan demikian, kesimpulan yang ditarik menjadi dasar untuk pembahasan pada bab selanjutnya yang menguraikan analisis mengenai peran idol K-Pop generasi ketiga sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa Korea Selatan berhasil memanfaatkan K-pop idol generasi ketiga sebagai aktor non-negara dalam diplomasi publik melalui integrasi antara kebijakan negara, industri kreatif, dan budaya populer. Transformasi tersebut berawal dari perubahan kebijakan budaya Korea Selatan pasca 1994 dan semakin diperkuat setelah krisis ekonomi Asia 1997, yang mendorong pemerintah menjadikan industri budaya sebagai salah satu instrumen strategis dalam pembangunan nasional dan hubungan internasional. Dalam konteks tersebut, fenomena *Hallyu* berkembang tidak hanya sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai sarana diplomasi yang digunakan untuk membangun citra, memperluas pengaruh, dan memperkuat posisi Korea Selatan di tingkat global.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Korea Selatan berhasil memanfaatkan idol K-Pop generasi ketiga sebagai aktor non-negara dalam diplomasi publik melalui sinergi antara kebijakan pemerintah, industri hiburan, dan perkembangan media digital. Pemanfaatan tersebut menunjukkan bahwa idol K-Pop tidak lagi berperan semata sebagai pelaku industri hiburan, tetapi juga sebagai instrumen yang membantu Korea Selatan membangun citra positif, memperluas pengaruh budaya, dan meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat internasional. Peran tersebut dapat dijelaskan melalui lima elemen diplomasi publik Nicholas J. Cull.

Pada elemen *listening*, penelitian ini menemukan bahwa K-Pop idol generasi ketiga memanfaatkan berbagai platform digital dan media sosial untuk

membangun komunikasi dua arah dengan penggemar internasional. Interaksi yang terjalin secara sentiment antara idol dan fans melalui media digital memungkinkan negara memahami aspirasi, opini, serta sentiment publik global terhadap Korea Selatan. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi ruang bagi Korea Selatan untuk mendengarkan dan memahami masyarakat internasional melalui perantara para idol.

Pada elemen *advocacy*, penelitian ini menunjukkan bahwa idol K-Pop generasi ketiga digunakan untuk menyampaikan pesan, nilai, kepentingan yang sejalan dengan citra yang ingin dibangun oleh Korea Selatan di tingkat global. BTS menjadi contoh paling menonjol dalam elemen ini, melalui berbagai keterlibatan mereka dalam kampanye bersama UNICEF, pidato di Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), serta penyampaian pesan mengenai pendidikan, kesehatan mental, pemberdayaan generasi muda, dan isu-isu sosial global lainnya. Melalui aktivitas tersebut, BTS tidak hanya mempromosikan dirinya sebagai grup musik, tetapi juga berperan sebagai penyampai pesan yang mendukung tujuan diplomasi publik Korea Selatan.

Pada elemen *cultural diplomacy*, penelitian ini menemukan bahwa BTS, EXO, Blackpink, Twice, Red Velvet, Seventeen berperan penting dalam memperkenalkan budaya Korea Selatan kepada Masyarakat internasional. Melalui musik, bahasa, fashion, gaya hidup, serta berbagai unsur budaya Korea yang mereka tampilkan, aktor-aktor tersebut kemudian berhasil meningkatkan ketertarikan publik global terhadap Korea Selatan. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya populer telah menjadi media yang efektif dalam membangun kedekatan budaya dan memperkuat citra positif suatu negara di mata dunia.

Pada elemen *exchange diplomacy*, penelitian ini menemukan bahwa hubungan yang terjalin antara K-Pop idol dan penggemar internasional telah menciptakan bentuk pertukaran budaya yang bersifat dua arah. Interaksi yang berlangsung melalui konser, fan meeting, komunitas penggemar, dan platform digital memungkinkan terjadinya pertukaran nilai, pengalaman, serta pemahaman budaya antara masyarakat Korea Selatan dan masyarakat negara lain. Proses ini berkontribusi dalam memperkuat hubungan antarmasyarakat dan menciptakan kedekatan emosional yang mendukung tujuan diplomasi publik Korea Selatan.

Dan yang terakhir, pada elemen *international broadcasting* penelitian ini menemukan bahwa media sosial dan platform digital menjadi instrumen utama dalam penyebaran budaya dan citra Korea Selatan kepada audiens global. Pemanfaatan platform seperti Youtube, Instagram, X, Tiktok, dan berbagai layanan digital lainnya memungkinkan konten budaya Korea menjangkau masyarakat internasional secara cepat, luas, dan berkelanjutan. Kehadiran teknologi digital menjadikan diplomasi publik Korea Selatan lebih efektif karena mampu melampaui batas geografis dan menjangkau berbagai kelompok masyarakat di dunia.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa setiap grup K-Pop generasi ketiga memiliki bentuk kontribusi yang berbeda dalam diplomasi publik Korea Selatan. EXO berperan sebagai representasi budaya nasional dalam ajang internasional seperti Olimpiade Musim Dingin PyeongChang 2018, sementara Red Velvet memperlihatkan peran yang lebih sensitif dalam konteks diplomasi antar-Korea. Blackpink memperluas jangkauan diplomasi Korea Selatan melalui keterlibatan dalam isu-isu global seperti perubahan iklim, Twice memperkuat hubungan budaya Korea Selatan dengan Jepang dan kawasan Asia melalui aktivitas lintas bahasa dan lintas budaya, sedangkan Seventeen menunjukkan peran penting melalui komunikasi digital dan pesan sosial yang dekat dengan generasi muda global. Dan BTS tetap menjadi aktor yang mampu menjalankan hampir seluruh elemen diplomasi publik sekaligus memperoleh legitimasi resmi dari negara melalui penunjukan sebagai *Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture* dan pemberian paspor diplomatik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan K-Pop idol sebagai aktor non-negara tidak dapat dilepaskan dari dukungan negara yang terstruktur dan berkelanjutan. Pemerintah Korea Selatan tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga sebagai fasilitator yang membangun ekosistem pendukung melalui kebijakan budaya, dukungan institusional, dan promosi internasional. Dengan demikian, hubungan antara negara dan idol menunjukkan bentuk diplomasi publik yang kolaboratif, di mana negara memberikan legitimasi dan arah kebijakan, sedangkan idol menjadi perpanjangan tangan yang efektif dalam menjangkau publik internasional. Temuan ini memperlihatkan bahwa budaya populer dapat menjadi instrumen diplomasi yang

sangat kuat di era digital, terutama ketika didukung oleh kebijakan negara yang konsisten, strategi komunikasi yang tepat, dan figur publik yang memiliki daya tarik global.

5.2 Saran

Secara akademis, penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada fokus kajian yang hanya menyoroti idol K-Pop generasi ketiga dalam periode 2014-2025. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan kajian dengan membandingkan peran K-Pop generasi lain, baik generasi sebelumnya maupun generasi setelahnya, untuk melihat apakah pola pemanfaatan sebagai aktor non-negara dalam diplomasi publik mengalami perubahan atau justru berkelanjutan. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengembangkan kajian perbandingan dengan negara lain yang memiliki industri hiburan kuat, seperti Hollywood di Amerika Serikat, Bollywood di India, Industri Anime dari Jepang, serial dramatis Tiongkok, serial televisi Turki, maupun sinetron dan telenovela di kawasan Amerika Latin. Perbandingan tersebut penting untuk memperkaya pemahaman mengenai bagaimana selebriti, budaya populer, dan industri kreatif digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya di berbagai konteks nasional. Dengan demikian, kajian serupa tidak hanya menjelaskan kasus Korea Selatan, tetapi juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai diplomasi selebriti dalam hubungan internasional kontemporer.

Secara praktis, bagi pemerintah Indonesia maupun negara berkembang lainnya, temuan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi diplomasi berbasis budaya yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Indonesia memiliki potensi besar dalam industri kreatif, mulai dari musik, film, animasi, gim digital, fashion, kuliner, hingga budaya lokal yang sangat beragam dan memiliki daya tarik internasional. Selain itu, kekuatan masyarakat digital Indonesia, khususnya netizen dan komunitas penggemar, juga menjadi modal sosial yang sangat besar. Fenomena solidaritas dan kekompakan netizen Indonesia dalam mendukung figur publik, karya kreatif, maupun kampanye tertentu menunjukkan

bahwa Indonesia memiliki basis audiens digital yang aktif, loyal, dan mampu menciptakan pengaruh besar di media sosial global. Dalam banyak kasus, netizen Indonesia bahkan dikenal sebagai salah satu komunitas digital paling aktif di dunia dalam membangun tren, meningkatkan interaksi media sosial, hingga mendukung promosi suatu produk atau figur publik secara masif.

Potensi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia sebenarnya memiliki peluang besar untuk membangun diplomasi budaya berbasis industri kreatif seperti yang dilakukan Korea Selatan. Namun, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya melalui popularitas budaya semata, melainkan memerlukan dukungan negara yang kuat dan konsisten. Korea Selatan berhasil membangun gelombang *Hallyu* karena adanya dukungan penuh pemerintah melalui kebijakan budaya, investasi industri kreatif, pembangunan infrastruktur digital, promosi internasional, serta kerja sama yang terintegrasi antara pemerintah, perusahaan hiburan, media, dan aktor non-negara. Oleh karena itu, Indonesia juga perlu memberikan perhatian yang lebih serius terhadap pengembangan industri kreatif nasional, termasuk melalui dukungan regulasi, pendanaan, perlindungan karya kreatif, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta perluasan akses pasar internasional bagi pelaku industri kreatif lokal.

Selain itu, penting bagi negara untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana diplomasi publik yang efektif. Dalam konteks global yang semakin terhubung, pendekatan diplomasi yang adaptif, partisipatif, dan berbasis data menjadi kunci utama dalam membangun hubungan internasional yang berkelanjutan. Pemanfaatan platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi budaya, tetapi juga sebagai ruang interaksi langsung antara negara dan masyarakat internasional, sehingga mampu menciptakan kedekatan emosional serta meningkatkan ketertarikan publik global terhadap identitas nasional suatu negara. Dengan dukungan pemerintah yang konsisten serta partisipasi aktif masyarakat digital, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat citra dan pengaruh budayanya di tingkat global melalui kekuatan industri kreatif nasional

DAFTAR PUSTAKA

- 2단비교. (n.d). *대한민국 영문 법령*.
https://elaw.klri.re.kr/kor_service/lawTwoView.do?hseq=9577
- Ahmad, N. (2020). The Obligation of Diplomats to Respect the Laws and Regulations of the Hosting State: A Critical Overview of the International Practices. *Laws*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.3390/laws9030018>
- Alves de Oliveira, C. V. (2025). *The Hallyu Wave as a Strategic Soft Power Tool: South Korea's Cultural Diplomacy in the 21st Century*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.12388>
- Anonymous. (2020, Desember 1). *South Korea passes law allowing BTS to postpone mandatory military service | World News*. <https://www.hindustantimes.com/world-news/south-korea-passes-law-to-allow-bts-to-postpone-mandatory-military-service/story-Kpx0NpxsuXl1YEEBQi1B6N.html>
- Asia Scotland Institute. (2021, Januari 22). *The Korean Wave: From PSY to BTS - The Impact of K-Pop on the South Korean Economy - Asia Scotland Institute*. <https://asiascot.com/articles/the-korean-wave-from-psy-to-bts-the-impact-of-k-pop-on-the-south-korean-economy>

- Azizah, N., & Dwiyantri, A. (2021). South Korea in Reconstructing Masculinity as Brand Image of the State's Economic Diplomacy. *Sociologia y Tecnociencia*, 11(2), 1–22. <https://doi.org/10.24197/st.2.2021.1-22>
- Belmis, V. M. (2022, Juni 2). *BLACKPINK Speaks About Climate Change In Video With British Ambassador: World: Koreaportal*. https://en.koreaportal.com/articles/52972/20220602/blackpink-speaks-climate-change-video-british-ambassador.htm?utm_source=chatgpt.com
- Cai, A. (2024). *How Social Media Helped K-Pop Become a Global Phenomenon*. NYU COMM CLUB. <https://www.nyucommclub.com/content/2021/11/24/how-social-media-helps-k-pop-become-a-global-phenomenon>
- CBC, R. (2018, April 6). How a k-pop concert in North Korea is the latest in a trend of musical diplomacy. *CBC Radio*. <https://www.cbc.ca/radio/thecurrent/the-current-for-april-6-2018-1.4607710/how-a-k-pop-concert-in-north-korea-is-the-latest-in-a-trend-of-musical-diplomacy-1.4607723>
- CBS News. (2019, Juni 1). *BTS makes history as first Korean band to headline Britain's Wembley Stadium—CBS News*. <https://www.cbsnews.com/news/bts-wembley-stadium-first-korean-band-to-headline-today-2019-06-01/>
- Cha, E. (2017, November 16). *TWICE To Be First Korean Artist In 6 Years To Appear On Famous Japanese Year-End Show*. Soompi. <https://www.soompi.com/article/1078865wpp/twice-first-korean-artist-6-years-appear-famous-japanese-year-end-show>

- Coe, D. T., & Kim, S.-J. (2002). *3 What Have We Learned from the Korean Economic Adjustment Program?*
<https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781589060685/C03.xml>
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. USC Center on Public Diplomacy.
- Cull, N. J. (2013). The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy. *International Studies Review*, 15(1), 123–139.
<https://doi.org/10.1111/misr.12026>
- Danziger, P. (2024, Agustus 22). *Retail Superbrands from South Korea: Gentle Monster and Olive Young - The Robin Report*.
<https://therobinreport.com/retail-superbrands-from-south-korea-gentle-monster-and-olive-young/>
- Ditzler, C. (2026, Januari 27). Beyond Politics: How Culture and Commerce Redefine Korea–Japan Relations. *NOVAsia*.
<https://novasiagnosis.com/beyond-politics-how-culture-and-commerce-redefine-korea-japan-relations/>
- ekang. (2017, Desember 14). *EXO-CBX To Attend Korea-China Economic And Trade Partnership Event With President Moon Jae In*. Soompi.
<https://www.soompi.com/article/1093673wpp/exo-cbx-attend-korea-china-economic-trade-partnership-event-moon-jae>
- Elaskary, M. (2018). The Korean Wave in the Middle East: Past and Present. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(4), 51.
<https://doi.org/10.3390/joitmc4040051>

- Eun-Seo. (2025, Desember 5). *Korea-Japan Youth Culture Exchange: Culture Insight From Trend to Understanding*. The Argus. <http://www.theargus.org/news/articleView.html?idxno=3169>
- Fatihah, I. A. (2018). *RED VELVET SEBAGAI AGEN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI KOREA UTARA TAHUN 2018*. 03(01).
- Gan, L. (2023). Star Creation, KPOP, and Korean Economy: A Case Study. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 31(1), 13–18. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/31/20231489>
- Global Times. (2018). *Boy band EXO appointed as honorary ambassador for S. Korean tourism—Global Times*. <https://www.globaltimes.cn/page/201806/1108300.shtml>
- Global Times. (2019). *K-pop band EXO performs at S.Korea's Blue House for US President Donald Trump—Global Times*. <https://www.globaltimes.cn/page/201906/1156198.shtml>
- GokPop. (2018). *EXO Appointed As Korea Tourism Honorary Ambassador in 2018*. <https://www.gokpop.co/2018/08/exo-appointed-as-korea-tourism-honorary.html>
- HaniSeoul. (2026). *Mastering the E-6 Art & Entertainment Visa: 10 Essential Questions for Artists and Models (2026)*. HaniSeoul. <https://www.haniseoul.com/blogs/south-korea-e6-entertainment-visa-guide>
- Hanley, J. (2026). *HYBE says Weverse hit 12m monthly users last year – and that it's turning casual fans into superfans—Music Business Worldwide*. <https://www.musicbusinessworldwide.com/hybe-says-weverse-hit-12m-monthly-users-last-year-and-that-its-turning-casual-fans-into-superfans/>

- Han-sol, P. (2023, Februari 15). *[INTERVIEW] KOCIS aims to promote “sustainable hallyu” via Korean cultural centers worldwide—The Korea Times*. <https://www.koreatimes.co.kr/lifestyle/trends/20230216/interview-kocis-aims-to-promote-sustainable-hallyu-via-korean-cultural-centers-worldwide>
- Hicap, J. (2021a). *Manila Bulletin—‘BTS Law’ on military service postponement takes effect today*. <https://mb.com.ph/2021/6/23/bts-law-on-military-service-postponement-takes-effect-today>
- Hicap, J. (2021b, April 9). *Manila Bulletin—Music group files complaint vs BTS law on postponing military service to 30 years old*. <https://mb.com.ph/2021/4/9/music-group-files-complaint-vs-bts-law-on-postponing-military-service-to-30-years-old>
- Hicap, J. (2021). *Manila Bulletin—Korea’s culture ministry says payment to BTS for UN appearance to be made soon*. <https://mb.com.ph/2021/10/17/koreas-culture-ministry-says-payment-to-bts-for-un-appearance-to-be-made-soon>
- Ilbo, D.-A. (2025). *KOCCA’s “2025 PREVUE” Launches Global IP Expansion | DBR*. https://dbr.donga.com/kfocus/view/en/article_no/912
- IndieGame.com. (2026, Maret 23). *Fueling the Next K-Content Giants: KOCCA Announces 2026 Startup Support Programs*. *인디게임닷컴*. <https://indiegame.com/en/archives/24209>
- Jae-Heun, K. (2020, Juli 4). *How online BTS and Super M shows earned millions of dollars, pointing to a future revenue stream for K-pop | South China Morning Post*.

<https://www.scmp.com/lifestyle/entertainment/article/3091739/how-online-bts-and-super-m-shows-earned-millions-dollars>

Jay, G. (2018, April 6). *Watch Performances from historic “Spring is Coming—Pyongyang Harmony Concert” feat. Red Velvet, Seohyun, and more! | allkpop.* https://www.allkpop.com/article/2018/04/watch-performances-from-historic-spring-is-coming-pyongyang-harmony-concert-feat-red-velvet-seohyun-and-more?utm_source=chatgpt.com

Jennifer, W. (2018, Februari 26). *Exo showed Perfect performance on closing ceremony of the Olympic Games.* https://www.kpopstarz.com/articles/287821/20180226/exo-showed-perfect-performance-closing-ceremony-olympic-games.htm?utm_source=chatgpt.com

Jin, D. Y. (2021). The BTS sphere: Adorable Representative M.C. for Youth’s transnational cyber-nationalism on social media. *Communication and the Public*, 6(1–4), 33–47. <https://doi.org/10.1177/20570473211046733>

Junior, R. G. F., Leonardo Paz Neves, Jade Vasconcellos, & Licia Castro. (2025). *SOUTH KOREAN PUBLIC DIPLOMACY: A BRIEF ASSESSMENT FROM THE BRAZILIAN PERSPECTIVE.*

Kaloka, Y. N., Tegar, P., & Eldy, M. (2019). Strategi Korea Selatan dalam Pemulihan Krisis Moneter Tahun 1997 Melalui IMF. *Nation State Journal of International Studies*, 2(1), 44–56. <https://doi.org/10.24076/NSJIS.2019v2i1.145>

Kelly, T. D. (2023, November 23). *BLACKPINK receive honorary MBEs from King Charles III for their climate activism | The Line of Best Fit.*

<https://www.thelineofbestfit.com/news/blackpink-receive-honorary-mbes-from-king-charles-iii-for-their-climate-activism>

Kim, H. (2025). *Hallyu, the Korean Wave: South Korea's Transition to 'Cultural Powerhouse.'*

Kim, J., Kim, K., Park, B., & Choi, H. (2022). The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention. *Sustainability*, 14(6), 3200. <https://doi.org/10.3390/su14063200>

Kim, T. (2021). *The State's Roles in the Development of Cultural Industries: Korean Cultural Industry Policies from 1993 to 202.*

Koo, J. M., & Koo, H. M. (2022). K-pop from Local to Global: A Study on Cultural Nationalism in Korean Pop Culture. *The Columbia Journal of Asia*, 1(1), 175–187. <https://doi.org/10.52214/cja.v1i1.9355>

Korea Bizwire. (2021, Desember 7). *State-run Venue for Immersive Virtual K-pop Concerts Opens in Seoul | Be Korea-savvy.* <http://koreabizwire.com/state-run-venue-for-immersive-virtual-k-pop-concerts-opens-in-seoul/206137?ckattempt=1>

Korea Joong daily. (2021, Desember 7). *Kocca Music Studio, specially designed for livestreaming concerts, opens.* <https://koreajoongdaily.joins.com/2021/12/07/entertainment/musicPerformance/Korea-Creative-Content-Agency-KOCCA-music-studio-online-Kpop-concert/20211207170040882.html>

Korea JoongAng Daily. (2018, Desember 18). *BTS adds 4 trillion won to the Korean economy.*

https://koreajoongangdaily.joins.com/2018/12/18/economy/BTS-adds-4-trillion-won-to-the-Korean-economy/3057121.html?utm_source

Koreaboo. (2016). *TWICE's "TT" has now become a viral trend in Japan.*

https://www.koreaboo.com/stories/twices-tt-has-now-become-viral-trend-in-japan/?utm_source=chatgpt.com

Kwon-Mee, Y. (2020, Agustus 6). *Traditional music broadens horizon with K-*

pop—The Korea Times. https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/k-pop/20200806/traditional-music-broadens-horizon-with-k-pop?utm_source=legacy_url&utm_medium=redirect&utm_campaign=news_manager_id

LifeStyles Asia. (2022). *BTS wins IFPI Global Recording Artist Of The Year for the*

second time. <https://www.lifestyleasia.com/sg/entertainment/bts-ifpi-global-recording-artist-of-the-year-for-the-second-time-in-2021/>

Liu, C. (2023). The Research on the Influence of KPOP (Korean Popular Music)

Culture on Fans. *Communications in Humanities Research*, 4(1), 63–68. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/4/20220177>

Lodge, G. (t.t.). *South Korea's Creative Economy: Investing in Influence | 4A Arts.*

Diambil 17 April 2026, dari <https://4aarts.org/2025/10/06/korea-investing-in-influence/>

Lyu, P. (2024). The Multifaceted Impact of BTS: Driving South Korea's Economy,

Soft Power, and Cultural Exchange. *Transactions on Social Science*,

Education and Humanities Research, 11, 1–6.
<https://doi.org/10.62051/kky84t23>

Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2024, April 3). *Welcome to the website of the Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea*.
<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=383>

Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2025). *Welcome to the website of the Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea*.
<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511>

Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. (n.d). *Introduction of the Public Diplomacy(공중외교) | Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea*.
https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do

noor. (2021, November 7). *BTS at the 76th United Nations General Assembly*.
Medium. <https://vantaecosmos.medium.com/bts-at-the-76th-united-nations-general-assembly-c72795d7d032>

Olympic.com. (2018). *EXO become honorary ambassadors of Korea | Olympic Channel*. <https://www.olympics.com/en/news/k-pop-band-exo-become-honorary-ambassadors-of-korea>

Pietrewicz, O. (2020, Februari 20). *The “Korean Wave” and the Expansion of South Korean Culture*.
https://pism.pl/publications/The_Korean_Wave_and_the_Expansion_of_South_Korean_Culture

Plundrich, M. (2024). *Diplomacy of Non-State Armed Actors: A New Reality in International Relations?* *Diplomacy & Statecraft*, 35(1), 206–223.
<https://doi.org/10.1080/09592296.2024.2303861>

POPULAR CULTURE AND ARTS INDUSTRY DEVELOPMENT ACT. (n.d).

Statutes of the Republic of Korea.

https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=70045&type=part&key=17

Public. (2025). *Ministry of Culture, Sports And Tourism of the[...] (via Public) / The*

Growing Popularity and Diversification of Hallyu.

<https://www.publicnow.com/view/8A064EF8A4CC69F0B15970E3EB6EFCDD7C171848?1744098381>

PUBLIC DIPLOMACY ACT. (2023).

https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=62530&lang=ENG

Redaksi. (2022). *Sejarah dan Cara Bermain Geomungo, Alat Musik Tradisional*

Korea yang Dimainkan Jisoo BLACKPINK di Pink Venom—

AyoJakarta.com. [https://www.ayojakarta.com/hiburan/03109802/sejarah-](https://www.ayojakarta.com/hiburan/03109802/sejarah-dan-cara-bermain-geomungo-alat-musik-tradisional-korea-yang-dimainkan-jisoo-blackpink-di-pink-venom?utm_source=chatgpt.com)

[dan-cara-bermain-geomungo-alat-musik-tradisional-korea-yang-](https://www.ayojakarta.com/hiburan/03109802/sejarah-dan-cara-bermain-geomungo-alat-musik-tradisional-korea-yang-dimainkan-jisoo-blackpink-di-pink-venom?utm_source=chatgpt.com)

[dimainkan-jisoo-blackpink-di-pink-venom?utm_source=chatgpt.com](https://www.ayojakarta.com/hiburan/03109802/sejarah-dan-cara-bermain-geomungo-alat-musik-tradisional-korea-yang-dimainkan-jisoo-blackpink-di-pink-venom?utm_source=chatgpt.com)

Reuters. (2018, April 1). South Korean K-pop stars perform for Kim Jong-un in

Pyongyang. *The Guardian.*

[https://www.theguardian.com/world/2018/apr/01/south-korean-k-pop-](https://www.theguardian.com/world/2018/apr/01/south-korean-k-pop-stars-perform-for-kim-jong-un-in-pyongyang)

[stars-perform-for-kim-jong-un-in-pyongyang](https://www.theguardian.com/world/2018/apr/01/south-korean-k-pop-stars-perform-for-kim-jong-un-in-pyongyang)

Sae-jin, P. (2021, September 17). *[INTERVIEW] How K-pop culture reshapes*

Japan's music industry and fans | AJU PRESS.

<https://www.ajupress.com/view/20210917163608505>

- Saputri, K. P. W. (2025). (PDF) Exploring The BTS ARMY Fandom: A Comprehensive Review. *ResearchGate*.
<https://doi.org/10.24002/lj.v2i1.8990>
- SBS Star. (2017, November 17). *TWICE to Join Japan's Prestigious Year-end Show "Kouhaku Uta Gassen."* <https://sbsstar.net/article/N1004489224/twice-to-join-japans-prestigious-year-end-show-kouhaku-uta-gassen>
- Sellers, S. (2025, November 20). SOUTH KOREA'S USE OF CULTURE AS AN INSTRUMENT OF NATIONAL POWER. *War Room - U.S. Army War College*. <https://warroom.armywarcollege.edu/articles/culture-as-national-power/>
- Shafie, T. (2025). K-pop Idols as Diplomats: South Korean Celebrities and Soft Power. *Athens Journal of Politics & International Affairs*, 1(3), 179–202.
<https://doi.org/10.30958/ajpia.1-3-1>
- Shim, D. (2002). South Korean Media Industry in the 1990s and the Economic Crisis. *Prometheus*, 20(4). <https://doi.org/10.1080/0810902021000023336>
- Snow, N. (t.t.). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*.
- songtell. (2022). "*Pink Venom*" by BLACKPINK - Meaning & Analysis | Songtell.
<https://songtell.com/blackpink/pink-venom>
- Soo-Jung, Y. (2026, Maret 20). *Suga: Korean Traditional Music Fuels His Solo World*. The Chosun Daily. <https://www.chosun.com/english/travel-food-en/2026/03/21/MTMNBBIBI5BAFHEG64AWNKT3VE/>
- straitstimes. (2018). *K-pop girl band to face tough audience in North Korea amid cultural diplomacy push* | The Straits Times.

<https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/k-pop-girl-band-to-face-tough-audience-north-korea-in-cultural-diplomacy-push>

Sun-Hwa, D. (2021, Mei 18). *HYBE EDU to use BTS content to develop Korean language learning material for overseas schools—The Korea Times*.
https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/20210518/hybe-edu-to-use-bts-content-to-develop-korean-language-learning-material-for-overseas-schools?utm_source=chatgpt.com

Suntikul, W. (2019). *BTS and the Global Spread of Korean Soft Power – The Diplomat*. <https://thediplomat.com/2019/03/bts-and-the-global-spread-of-korean-soft-power/>

The Economic Times. (2026, Februari 22). *BLACKPINK becomes first artist channel to hit 100 million YouTube subscribers, receives Red Diamond Play Button: Everything to know about their epic journey—The Economic Times*.
https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/blackpink-becomes-first-artist-channel-to-hit-100-million-youtube-subscribers-receives-red-diamond-play-button-everything-to-know-about-their-epic-journey/articleshow/128665125.cms?utm_source=chatgpt.com&from=mdr

The Korea Herald. (2017, Juni 30). *Twice uses Tokyo Tower to promote Japanese album—The Korea Herald*. <https://www.koreaherald.com/article/1375097>

The Morung Express. (2018, April 2). *N.Korea's Kim Jong Un, wife, watch S.Korean K-pop stars perform in Pyongyang*. MorungExpress.
<https://morungexpress.com/nkoreas-kim-jong-un-wife-watch-skorean-k-pop-stars-perform-pyongyang>

- Trisnawati. (2024). *Pengaruh Korean Wave Di Amerika Serikat melalui Bangtan Boys (BTS) dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Korea Selatan Tahun 2019 Sampai 2023*. https://www.researchgate.net/profile/Doobo-Shim-2/publication/227623305_South_Korean_Media_Industry_in_the_1990s_and_the_Economic_Crisis/links/620870e7cf7c2349ca0f7766/South-Korean-Media-Industry-in-the-1990s-and-the-Economic-Crisis.pdf
- UNESCO. (2024). *UNESCO x SEVENTEEN's "Going Together – For Youth Creativity and."* <https://www.unesco.org/es/goodwill-ambassadors/seventeen/goingtogether>
- UNESCO. (2025). *K-pop group SEVENTEEN to become UNESCO's first-ever Goodwill.* <https://www.unesco.org/en/articles/k-pop-group-seventeen-become-unescos-first-ever-goodwill-ambassador-youth>
- United Nations. (2023). *COP26: Together for our planet | United Nations.* <https://www.un.org/en/climatechange/cop26>
- Widyawati, W., & Gunawan, A. B. (2023). THE EFFECT OF CELEBRITY DIPLOMACY: PRELIMINARY STUDY ON THE IMPACT OF CLIMATE CHANGE CAMPAIGN BY BLACKPINK TOWARDS BLINK INDONESIA COMMUNITY (BOI). *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 8(2), 196. <https://doi.org/10.24198/jwp.v8i2.45608>
- Yadav. (2020). *BTS' virtual concert MAP OF THE SOUL ON:E connected 993,000 viewers from 191 regions 993000: Bollywood News—Bollywood Hungama.* https://www.bollywoodhungama.com/news/features/bts-virtual-concert-map-of-the-soul-one-connected-993000-viewers-from-191-regions/?utm_source=chatgpt.com

Zulkifli, N. (2025). *K-Pop as a Diplomatic Tool in the Creation of Global Connectivity*.