

**PERAN DIPLOMASI SELEBRITAS BLACKPINK DALAM ISU  
PERUBAHAN IKLIM DUNIA TAHUN 2020-2023**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**RIZKA KOMALA DEWI  
NPM 2016071014**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

## ABSTRAK

### PERAN DIPLOMASI SELEBRITAS BLACKPINK DALAM ISU PERUBAHAN IKLIM DUNIA TAHUN 2020-2023

Oleh

**RIZKA KOMALA DEWI**

Pentingnya aksi dalam menyikapi perubahan iklim perlu dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perubahan iklim diperlukan peran selebritas yang dapat menarik perhatian atas isu tersebut. Blackpink menjadi diplomat selebriti yang ditunjuk oleh PBB dalam isu perubahan iklim, namun disisi lain Blackpink merupakan *brand ambassador* dari berbagai produk *fashion* yang menjadi pemicu perubahan iklim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim global.

Penelitian ini menggunakan konsep *soft power* yang dikemukakan oleh Alexander L. Vuving dan tiga level kerangka analisis diplomasi selebritas oleh Huliaras dan Dzifakis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka dan studi dokumentasi. Peneliti juga menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap kondensasi data, tahap penyajian data, tahap kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim dapat dikaji menggunakan konsep *soft power currencies* dan tiga level kerangka analisis diplomasi selebritas. *Soft power currencies* yang meliputi *beauty* memungkinkan mereka memikat perhatian audiens global. Sedangkan *brilliance* mencerminkan kemampuan mereka untuk menyampaikan pesan perubahan iklim dengan cara yang kreatif dan inovatif. Serta *benignity* menunjukkan komitmen tulus mereka terhadap kebaikan bersama dengan meningkatkan kredibilitas pesan yang mereka bawa. Adapun hasil analisis diplomasi selebritas terdiri dari kesadaran publik yang dilakukan melalui kampanye di media sosial, penggalangan dana melalui kontribusi komunitas penggemar Blackpink di berbagai negara, serta lobi politik yang dilakukan melalui keikutsertaan Blackpink dalam konferensi perubahan iklim ke-26 yang diselenggarakan oleh PBB. Diplomasi selebritas yang dilakukan oleh Blackpink menunjukkan adanya dampak di tingkat global berupa kesadaran masyarakat atas isu perubahan iklim dan memunculkan aksi positif diberbagai negara.

**Kata Kunci :** Blackpink, Diplomasi Selebritas, Perubahan Iklim, *Soft Power*

## ABSTRACT

### THE ROLE OF BLACKPINK CELEBRITY DIPLOMACY IN THE WORLD CLIMATE CHANGE ISSUE IN 2020-2023

By

RIZKA KOMALA DEWI

The importance of action in responding to climate change needs to be carried out by every level of society, to increase public awareness of climate change, the role of celebrities who can attract attention to the issue is needed. Blackpink is a celebrity diplomat appointed by the United Nations on the issue of climate change, but on the other hand Blackpink is a *brand ambassador* of various *fashion* products that trigger climate change. This research aims to analyze the potential and role of Blackpink *celebrity diplomacy* in the issue of global climate change. This research uses the concept of *soft power* proposed by Alexander L. Vuving and three levels of celebrity diplomacy analysis framework by Huliaras and Dzifakis. This study uses a descriptive qualitative method using data collection techniques of literature studies and documentation studies. The researcher also used data analysis techniques according to Miles and Huberman which consisted of three stages, namely the data condensation, the data presentation, the conclusion and verification stage. The results of this study show that the role of Blackpink's celebrity diplomacy in the issue of climate change can be studied using the concept of soft power currencies and three levels of celebrity diplomacy analysis framework. Soft Power Currencies which include beauty allow them to captivate the attention of a global audience. Meanwhile, brilliance reflects their ability to convey the message of climate change in creative and innovative ways. As well as benignity showing their sincere commitment to the common good by increasing the credibility of the message they carry. The results of the celebrity diplomacy analysis consist of public awareness carried out through campaigns on social media, fundraising through the contribution of Blackpink's fan community in various countries, and political lobbying carried out through Blackpink's participation in the 26th climate change conference organized by the United Nations. Celebrity diplomacy carried out by Blackpink shows that there is an impact at the global level in the form of public awareness of the issue of climate change and positive action in various countries.

**Kata Kunci :** Blackpink, Celebrity Diplomacy, Climate Change, Soft Power

**PERAN DIPLOMASI SELEBRITAS BLACKPINK DALAM ISU  
PERUBAHAN IKLIM DUNIA TAHUN 2020-2023**

**Oleh**

**RIZKA KOMALA DEWI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**Pada**

**Jurusan Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2025**

Judul Skripsi : PERAN DIPLOMASI SELEBRITAS BLACKPINK  
DALAM ISU PERUBAHAN IKLIM DUNIA TAHUN  
2020-2023

Nama Mahasiswa : Rizka Komala Dewi

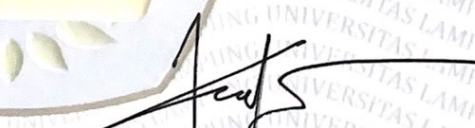
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016071014

Jurusan : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
Asti Inayah, S.IP., M.A.  
NIP. 199105022020122020

  
Indra Jaya Wiranata, S.IP., M.A.  
NIP. 199212192022031011

2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional

  
Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A.  
NIP. 19810628 200501 1 003



**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

Ketua : **Astiwi Inayah, S.IP., M.A.**

Sekretaris : **Indra Jaya Wiranata, S.IP., M.A.**

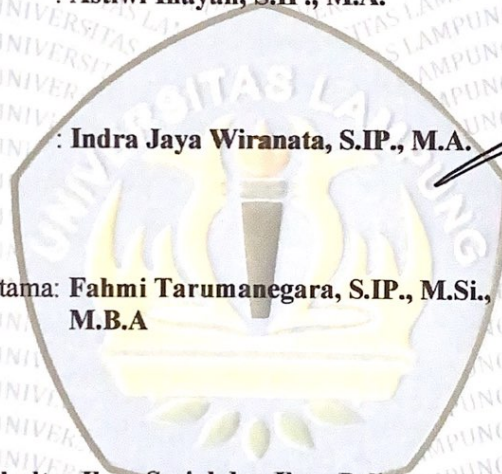
Penguji Utama: **Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si.,  
M.B.A**

**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

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

NIP. 19760821 200003 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 20 Januari 2025



Handwritten signature of Astiwi Inayah in black ink, positioned above a horizontal line.

Handwritten signature of Indra Jaya Wiranata in black ink, positioned above a horizontal line.

Handwritten signature of Fahmi Tarumanegara in black ink, positioned above a horizontal line.

## 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.

Bandar Lampung, 14 Januari 2025  
Yang membuat pernyataan,



Rizka Komala Dewi  
NPM 2016071014



## RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Rizka Komala Dewi, lahir di Poncowati, 2 Januari 2002 yang merupakan putri bungsu dari pasangan Bapak Rajiman dan Ibu Ruziem. Penulis mengawali pendidikan formal di Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyah Busthanul Athfal Poncowati tahun 2006, Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Poncowati tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Terbanggi Besar tahun 2014 dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Terbanggi Besar tahun 2017. Selanjutnya, di tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan dan tercatat sebagai Mahasiswa jurusan Hubungan Internasional di Universitas Lampung melalui jalur undangan atau Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Selama masa perkuliahan, penulis aktif tergabung dalam berbagai kegiatan di kampus seperti Fasilitator Sebaya Konseling FISIP Unila, Tim Riset MBKM dan Pengabdian bersama dosen, Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) HI-Universitas Islam Indonesia, Anggota Riset Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Penelitian Unila, Anggota Academic Affair Himpunan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional (HMJ-HI), serta Magang MBKM di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Adapun penulis aktif dalam berbagai kegiatan komunitas dan volunteer diluar kampus seperti Start Community, Mafindo dan Wikimedia Bandar Lampung. Sejak memasuki semester 4, Penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan kompetisi dibidang bisnis dan lingkungan dengan menjadi Juara 1 Broadcasting Competition Commifest di Universitas Atmajaya Yogyakarta, Juara 2 International Infographic IOSH Summit Universitas Sebelas Maret, Juara 3 International Islamic Economics Competition (IESCO) Universitas Darussalam Gontor, Juara Harapan 2 Business Plan Competition di Universitas Lampung dan Juara Favorit dalam Creative Business Idea Competition di Universitas Multidata Palembang.



## **MOTO**

*“But they plan, and Allah plans. And Allah is the best of planners.”*

**(Qur'an 8:30)**

*“Try your best. Do your part. Be patient with yourself. And hand it to God. If He could make all of this magnificent universe, imagine how beautiful the story He wrote for you would be.”*

**(Rara Noormega)**

*“Fake it till you make it, and I did!”*

**(Taylor Swift)**

## PERSEMBAHAN



**Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT.**

**Penulis persembahkan skripsi ini kepada:**

### **Keluarga Besar Penulis**

Khususnya untuk Ibu, Bapak dan Kakak Perempuan Penulis, sebagai wujud terima kasih penulis karena tanpa henti memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih atas kasih sayang dan segala pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Serta

**Almamater Universitas Lampung**

## SANWACANA

Dengan penuh rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Peran Diplomasi Selebritas Blackpink dalam Isu Perubahan Iklim Tahun 2020-2023”** ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.PA. selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Lampung.
3. Mba Tety Rachmawati, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak motivasi dan dukungan yang berharga bagi keberlangsungan masa perkuliahan penulis.
4. Mba Astiwi Inayah, S.I.P., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi, terima kasih karena senantiasa selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan selama masa penulisan skripsi, serta memberikan banyak pengalaman berharga bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Mas Indra Jaya Wiranata, S.I.P., M.A., selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi, terima kasih karena telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Mas Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A., selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberi masukan selama penulisan skripsi, serta memberikan banyak pelajaran berharga selama masa perkuliahan.

7. Seluruh dosen dan staf jurusan Hubungan Internasional yang telah memberikan waktu, ilmu dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi.
8. Kepada kedua orang tua penulis, Ibu Ruziem dan Bapak Rajiman yang senantiasa telah mendoakan dan mengusahakan memenuhi kebutuhan penulis. Terima kasih atas pelajaran berharga yang telah diberikan sehingga penulis dapat sampai di titik ini.
9. Kakak perempuan penulis, Ratih Puspita Sari, S.E. yang senantiasa telah memberikan berbagai bentuk dukungan selama proses perkuliahan penulis. Terima kasih telah menjadi salah satu orang yang mendukung dan memberikan kepercayaan penuh yang berpengaruh besar bagi penulis.
10. Hiro's Family, terima kasih telah menjadi rumah yang berarti bagi penulis dan selalu mendukung proses bertumbuhnya penulis. Serta Hiro dan Ante Hiro yang kehadirannya telah membuat warna baru bagi penulis.
11. Sahabat satu dekade, Asa Faren Nugrahani, terima kasih telah menjadi pendukung terbaik yang selalu mendengar beragam keluh kesah dan memberikan afirmasi positifnya. Serta Yeni Aprika yang telah menjadi sahabat berjuang dalam suka dan duka sejak masa SMP hingga perkuliahan.
12. Sahabat Damasen, Trista Nisa terima kasih atas peluk hangat pertemanan dan berbagai keseruan yang diciptakan selama masa perkuliahan. Mutiara Chalida, terima kasih karena selalu menjadi garda terdepan dan teman yang penuh perhatian. Salsabila, terima kasih telah menjadi teman baik yang selalu merangkul penulis dengan memberikan berbagai saran dan dukungannya. Serta Shofia, terima kasih telah menjadi teman bijak dan dewasa yang turut memberikan pengaruh positif. Terima kasih telah menjadi teman berjuang yang saling mendukung dan membuat masa perkuliahan penulis lebih menyenangkan.
13. Teman Misuh, Oky, Jeni, Agung dan Aji, terima kasih telah menjadi kelompok belajar bersama yang solid sejak masa maba hingga akhir perkuliahan.



14. Sahabat ambis HI, Izzul dan Ferdy, terima kasih telah menjadi teman ambisius yang dapat bekerjasama dengan baik dan selalu tulus dalam memberikan bantuan bagi penulis.
15. Irza, Darin, Andew, Ulfa dan seluruh teman-teman Jurusan Hubungan Internasional angkatan 2020, terima kasih karena telah bersama-sama melewati suka dan duka masa perkuliahan.
16. Tim Konseling FISIP Unila, Kak Jo, Mba Tiwi, Pak Vito, Bu Indri, Bu Hani, Kak Evelyn, Gio dan Kakak fasilitator lainnya, terima kasih telah menjadi tempat yang hangat dalam menampung berbagai permasalahan hidup dan tempat belajar yang tepat dalam proses pendewasaan penulis.
17. Keluarga KKN Kota Batu Unila, Yona, Nesa, Bu Asti, Kajong dan Tamong yang saling mendoakan kebaikan. Terima kasih telah menjadi keluarga baru yang menghangatkan.
18. Teman-teman UKM-Penelitian Unila, HMJ-HI, Wikimedia, Start Community dan Mafindo Lampung yang telah membuat pengalaman perkuliahan penulis menjadi lebih bermakna dan bermanfaat.
19. Untuk diriku sendiri yang sering meragukan kapasitas diri, terima kasih karena tidak pernah berhenti berjalan ditengah banyaknya cobaan.

Bandar Lampung, 14 Januari 2025

Penulis

Rizka Komala Dewi

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>v</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Konseptual .....	11
2.2.1 <i>Soft Power</i> .....	11
2.2.2 Diplomasi Selebritas .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	19
3.2 Fokus Penelitian.....	19
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.4 Teknik Analisis Data .....	21
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>24</b>
4.1 Potensi selebritas Blackpink sebagai duta perubahan iklim .....	24
4.1.1 Popularitas Blackpink.....	24
4.1.2 Potensi selebritas Blackpink dalam konsep <i>soft power</i> .....	29
4.2 Analisis peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim tahun 2020-2023.....	39

4.2.1 Analisis Level Kesadaran Publik.....	39
4.2.2 Analisis Level Penggalangan Dana.....	49
4.2.3 Analisis Level Lobi Politik.....	51
4.3 Dampak Blackpink sebagai Duta Konferensi Perubahan Iklim.....	55
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Daftar merek <i>fashion</i> yang bekerjasama dengan <i>group band K-Pop</i> ....	3
Tabel 2. Komparasi Penelitian Terdahulu.....	8



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2. Artis K-Pop Teratas Streaming Musik Tertinggi tahun 2023.....	25
Gambar 3. Selebriti dengan pengikut <i>Instagram</i> terbanyak di Korea Selatan Tahun 2023.....	26
Gambar 4. Kostum Blackpink yang disorot oleh media <i>fashion</i> .....	27
Gambar 5. Berita Blackpink menjadi artis pertama yang menjadi headliners Festival Musik Coachella.....	34
Gambar 6. Jennie Blackpink melakukan donasi atas nama penggemar.....	36
Gambar 7. “ <i>Your Green Step</i> ” dalam konser Blackpink di Seoul.....	41
Gambar 8. Jisoo 1 <sup>st</sup> <i>Single Album</i> [Me] dan <i>Merchandise The 5<sup>th</sup> Anniversary</i> Blackpink.....	42
Gambar 9. Postingan <i>Instagram</i> Blackpink <i>Climate Action in Your Area</i> .....	44
Gambar 10. Konser virtual Blackpink dalam kampanye <i>Dear Earth</i> .....	45
Gambar 11. Beberapa video kampanye perubahan iklim Blackpink.....	46
Gambar 12. Postingan <i>Twitter</i> Kampanye Blackpink.....	47
Gambar 13. Aksi penggalangan dana dalam program penanaman pohon.....	50
Gambar 14. Blackpink menghadiri acara COP26.....	51
Gambar 15. Blackpink menerima gelar kehormatan dari Kerajaan Inggris.....	54
Gambar 16. Perbedaan jumlah views <i>youtube</i> United Nation dan Blackpink terkait kampanye COP 26.....	55

## DAFTAR SINGKATAN

BTS	: <i>Bangtan Sonyeondan</i>
COP	: <i>Conference Of the Parties</i>
IPCC	: <i>Intergovernmental Panel on Climate Change</i>
K-Pop	: <i>Korean Pop</i>
MBE's	: <i>Member of The British Empire's</i>
NGO	: <i>Non-Governmental Organization</i>
UN	: <i>United Nation</i>
UNCC	: <i>United Nation on Climate Change</i>
UNFCCC	: <i>United Nations Framework Convention on Climate Change</i>
UNICEF	: <i>United Nations Children's Emergency Fund</i>
UNHCR	: <i>United Nations High Commissioner for Refugees</i>
PBB	: <i>Perserikatan Bangsa-Bangsa</i>
SDGs	: <i>Sustainable Development Goals</i>

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi saat ini turut berpengaruh pada minat masyarakat terhadap dunia industri musik dan hiburan. Dalam beberapa tahun terakhir, Blackpink menjadi salah satu selebriti yang cukup populer di industri musik. Popularitas Blackpink ini tidak hanya menjadi fenomena global dalam industri musik, tetapi juga dunia aktivisme sosial dan politik. Dengan popularitasnya yang telah mendunia, Blackpink menjadi selebritas dunia yang masuk dalam aktivitas global atas isu perubahan iklim yang merupakan program Perserikatan Bangsa-Bangsa.

Dampak yang cukup signifikan dari perubahan iklim terhadap lingkungan memerlukan kesadaran dari masyarakat global sebagai bagian dari aktor perubahan. Salah satu upaya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya aksi terhadap perubahan iklim yaitu menggunakan strategi kampanye. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, turut mempengaruhi para pemangku kepentingan untuk melibatkan aktor non negara seperti selebriti dalam melakukan kampanye perubahan iklim. Seperti yang diungkapkan oleh Kellner, bahwasanya selebriti merupakan instrumen yang penting dalam menerapkan berbagai kebijakan, politik tradisional dan diplomasi seiring dengan perkembangan era transformasi digital saat ini (Kellner, 2010). Adapun hal tersebut sesuai dengan pendapat Andrew F. Cooper bahwa selebriti dapat berperan dalam menyelesaikan beberapa masalah global dengan cara berkontribusi dalam membangun diskusi publik, kampanye dan terlibat dalam level diplomatik (Cooper & Frechette, 2015).

Upaya penggunaan selebriti dalam praktik kampanye global atau diplomasi selebritas telah lama digunakan berbagai lembaga internasional. Penggunaan selebriti dalam diplomasi pertama kali dilakukan tahun 1954 oleh UNICEF melalui

seorang aktor film bernama Danny Kaye (Wheeler, 2017). Adanya pengaruh positif atas penunjukan selebritas sebagai duta menjadikan aktivitas tersebut sebagai sebuah program PBB. Dengan demikian, hingga saat ini diplomasi selebritas terus dilakukan dan telah banyak selebriti dunia yang diangkat menjadi duta. Seperti Emma Watson yang ditunjuk sebagai *UN Women Goodwill Ambassador* untuk mengkampanyekan kesetaraan gender, Angelina Jolie ditunjuk oleh UNHCR sebagai *ambassador for the UN Refugee Agency* dan grup band *Bangtan Sonyeondan (BTS)* sebagai duta persahabatan UNICEF untuk isu kekerasan anak.

Blackpink menjadi salah satu selebritas dunia yang ditunjuk oleh *United Nation on Climate Change (UNCC)* sebagai advokat dalam *The 26th Conference on Climate Change (COP26)*. Pemilihan Blackpink sebagai duta perubahan iklim diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat global untuk melakukan perubahan yang berdampak positif bagi lingkungan. Hal ini dikarenakan Blackpink memiliki popularitas tinggi di dunia dengan rata-rata fansnya adalah generasi muda yang mampu menjadi agen perubahan. Popularitas Blackpink dapat dilihat dari jumlah penggemar di beberapa *platform* seperti *YouTube*, *Instagram* dan *Twitter*. Adapun video "*Climate Action in Your Area #COP26*" mendapat 13 juta kali tayangan di *YouTube* dan aksi kampanye "*Dear Earth*" yang dilakukan oleh Blackpink telah ditonton lebih dari 14 juta kali tayangan dengan berbagai komentar positif dari para penggemarnya. Melalui kampanye tersebut, Blackpink tampil bersama para pemimpin negara dan tokoh terkenal seperti Barack Obama, Alphabet Sundar Pichai dan Billie Eilish (Mamo, 2021). Kampanye tersebut berupaya menunjukkan tantangan perubahan iklim saat ini dan menawarkan solusi yang dapat diadopsi di lingkungan sekitar.

Melalui Blackpink yang ditunjuk sebagai wajah dari kampanye perubahan iklim, PBB dapat meluncurkan inisiatif global yang menjangkau jutaan orang melalui video, media sosial, dan berbagai acara publik. Keterlibatan mereka diharapkan tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang perubahan iklim, tetapi juga mendorong tindakan nyata di kalangan generasi muda dan komunitas global. Selain itu, pemilihan Blackpink menunjukkan penggunaan *soft power* yang efektif, yang mana terdapat daya tarik budaya dan pengaruh selebritas memperkuat pesan diplomatik dan memotivasi aksi kolektif. Penunjukan Blackpink sebagai duta



perubahan iklim global adalah contoh dari bagaimana kekuatan budaya dapat digunakan untuk mempengaruhi opini publik dan menggerakkan perubahan positif di tingkat global.

Tabel 1.1 Daftar merek *fashion* global yang bekerjasama dengan *group band K-Pop*

<b>Group Band</b>	<b>Merek Fashion</b>
<i>Blackpink</i>	<i>Louis Vuitton, Bvlgari, Celine, Calvin Klein, Dior, Chanel, Yves Saint Laurent, Burberry, Self-Potrait, Gentle Monster, Jacquemus, Tiffany &amp; Co., Cartier, Gucci, Guess, Prada, H&amp;M, Charles and Keith, Fendi, Nike</i>
<i>BTS</i>	<i>Louis Vuitton, Bulgari, Celine, Dior, Chanel, Yves Saint Laurent, Valentino, Calvin Klein, Bottega Vaneta, Gucci, Versace</i>
<i>Exo</i>	<i>Gucci, Bvlgari, Burberry, Dior, Prada, Valentino, Ermenegildo Zegna, H&amp;M, Valentino</i>
<i>Twice</i>	<i>Louis Vuitton, Tommy Jeans, Givenchy</i>
<i>NCT</i>	<i>Yves Saint Laurent, Dolce &amp; Gabbana, Prada, Ralph Laurent, Ferragamo</i>
<i>Red Velvet</i>	<i>Ferragamo Salvatore, Prada, Ferragamo</i>
<i>Itzy</i>	<i>Charles and Keith, Louis Vuitton</i>
<i>Aespa</i>	<i>Givenchy, ANDAR, Prada, Crocs</i>
<i>Stray Kids</i>	<i>Louis Vuitton, Versace, Cartier, Tommy Hilfiger</i>
<i>Seventeen</i>	<i>Kenzo, Yves Saint Laurent, Bvlgari, Bally, Diesel</i>
<i>G(I)-dle</i>	<i>Fendi, Covernat, Limeflare, Jimmy Choo</i>

Sumber : diolah oleh peneliti

Sementara itu, di sisi lain Blackpink yang merupakan aktor diplomasi selebritas terkait perubahan iklim juga merupakan *brand ambassador* dari berbagai merek *fashion* global. Yang mana industri *fashion* menjadi salah satu penyumbang emisi karbon terbesar pendorong perubahan iklim (*Fast Fashion: The Second Largest Polluter | GreenMatch, 2016*). Dapat dilihat pada tabel 1.1 diatas, bahwasannya Blackpink menjadi grup band asal Korea Selatan yang paling banyak bekerjasama dengan merek *fashion* global. Industri *fashion* merupakan penyumbang emisi karbon global karena sebagian besar proses produksinya menggunakan poliester yang menghasilkan 8-10% CO<sub>2</sub> atau sebesar 4-5 ton per tahun (*How fast fashion fuels climate change, plastic pollution, and violence, 2021*). Hal tersebut yang kemudian menyebabkan industri *fashion* menjadi industri penyumbang terbesar kedua penyebab terjadinya perubahan iklim global.

Pengangkatan Blackpink sebagai duta perubahan iklim bersamaan dengan posisi para anggotanya sebagai *brand ambassador* berbagai merk *fashion* turut

memunculkan berbagai pandangan masyarakat global. Seperti kelompok aktivis *Kpop4Planet*<sup>1</sup> yang menuntut komitmen mereka sebagai duta perubahan iklim dan merek *fashion* yang bekerjasama dengan Blackpink (*Climate action*, 2023b). Hal tersebut menyebabkan upaya PBB menjadikan Blackpink sebagai duta perubahan iklim turut dipertanyakan. Berdasarkan pemaparan diatas, penulis menilai bahwa pembahasan mengenai diplomasi selebritas yang dilakukan oleh Blackpink terkait isu perubahan iklim menarik untuk dikaji lebih komprehensif. Adapun penelitian tentang diplomasi selebritas seringkali hanya berfokus pada upaya apa saja yang telah dilakukan oleh para selebriti untuk meningkatkan kesadaran publik, sehingga hambatan atas berbagai upaya tersebut masih terbilang minim. Padahal, dengan mengkaji hambatan dari upaya diplomasi selebritas Blackpink mampu menjadi sebuah gambaran baru untuk mengetahui sejauh mana peran diplomasi selebritas Blackpink dalam mengkampanyekan isu perubahan iklim.

## 1.2 Rumusan Masalah

Peningkatan suhu bumi saat ini menyebabkan isu perubahan iklim menjadi perhatian serius ditingkat global. Berdasarkan hal tersebut, PBB berupaya untuk melakukan langkah strategis terkait isu perubahan iklim. Salah satu strategi PBB ialah mengangkat Blackpink sebagai Duta Perubahan Iklim global. Aktivitas PBB dalam mengangkat Blackpink diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat global dan antusiasme generasi muda untuk turut berkontribusi dalam aksi memerangi perubahan iklim. Namun, di sisi lain Blackpink juga merupakan *Brand Ambassador* dari berbagai merek *fashion* yang menjadi penyumbang gas emisi karbon pendorong perubahan iklim. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis menarik pertanyaan penelitian yaitu:

**“Bagaimana Peran Diplomasi Selebritas Blackpink dalam Isu Perubahan Iklim Tahun 2020-2023?”**

---

<sup>1</sup> *Kpop4Planet* merupakan sebuah komunitas *online* global berisi para fans *k-pop* yang menyuarakan isu-isu keberlanjutan lingkungan, seperti aksi pencegahan perubahan iklim.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- 1.3.1 Mendeskripsikan kekuatan Blackpink yang menyebabkannya dipilih sebagai duta perubahan iklim.
- 1.3.2 Mengidentifikasi peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim di dunia pada tahun 2020-2023.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis berupa bahan referensi bagi penelitian dalam Ilmu Hubungan Internasional, serta memberikan pengetahuan tambahan mengenai peran selebritas sebagai aktor non-negara yang mampu melakukan diplomasi dalam isu global.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai diplomasi selebritas yang dilakukan oleh aktor non negara. Penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi penelitian terdahulu dan bermanfaat sebagai pedoman bagi para pembaca maupun penelitian selanjutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan acuan dan sumber informasi, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik masalah yang akan diteliti. Terdapat lima penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik peran diplomasi selebritas dalam berbagai isu-isu internasional.

Penelitian pertama yaitu menggunakan jurnal yang ditulis oleh Widyawati dan Aditya Batara Gunawan tahun 2023 tentang pengaruh Blackpink dalam isu perubahan iklim di Indonesia (Widyawati & Gunawan, 2023). Metode penelitian yang digunakan dalam artikel jurnal tersebut yaitu metode kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian tersebut menyoroti tentang bagaimana diplomasi selebriti yang dilakukan oleh Blackpink sebagai Duta *COP26* mampu meningkatkan kesadaran dan minat terhadap isu-isu perubahan iklim di kalangan komunitas *Blink* Indonesia. Diplomasi selebriti Blackpink mendorong komunitas *Blink* untuk membuat serangkaian kegiatan dengan tema krisis iklim dan terlibat dalam aksi ditingkat lokal. Dengan demikian, diplomasi selebriti Blackpink telah berhasil mempengaruhi komunitas *Blink* Indonesia untuk mengambil aksi perubahan iklim dan terlibat dalam program-program yang bermanfaat bagi lingkungan. Artikel jurnal ini akan menjadi bahan rujukan dalam mengadopsi konsep diplomasi selebritas untuk melihat efektifitas dan implementasi konsep tersebut di Indonesia

Penelitian kedua yaitu menggunakan jurnal yang ditulis oleh Priscilla Kim dan Dr. Ethan Hutt tahun 2021 tentang gerakan sosial yang dilakukan oleh fan *K-pop* (Kim & Hutt, 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian tersebut membahas bagaimana sebuah fandom *K-pop* berpartisipasi aktif dalam gerakan sosial. Penelitian ini berfokus pada peran penggemar dalam mengumpulkan dana dan memanfaatkan platform media sosial seperti *Twitter* untuk melakukan berbagai kegiatan. Penulis

menekankan potensi fandom *K-pop*, terutama *ARMY* untuk bertindak sebagai agen perubahan yang terlibat dalam gerakan seperti *Black Lives Matter* dan menunjukkan komitmen terhadap keadilan sosial. Dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa *group band BTS* dapat memberi pengaruh pada para pemuda untuk mengumpulkan kekuatan kolektif bersama dan memanfaatkan kecakapan digital mereka untuk melakukan kebaikan sosial yang membawa perubahan positif dinegaranya.

Penelitian ketiga yaitu menggunakan artikel jurnal yang ditulis oleh Mark Wheeler mengenai peran selebriti yang diangkat oleh PBB dalam agenda politik internasional (Wheeler, 2017). Artikel tersebut mengeksplorasi peran selebriti dalam diplomasi dan fokus membahas bagaimana keterlibatan para selebriti sebagai *Goodwill Ambassador* dalam PBB. Penulis membahas mengenai efektivitas diplomasi selebriti, dampak tontonan media terhadap politik dan tantangan yang dihadapi PBB dalam memanfaatkan selebriti untuk tujuan diplomatik. Artikel tersebut menyoroti keberhasilan dan kegagalan keterlibatan selebriti dalam urusan politik internasional, menekankan pentingnya meningkatkan kesadaran dan mempromosikan kampanye internasional melalui selebriti. Kekuatan selebriti telah mampu menarik perhatian publik yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa upaya PBB dalam menggunakan selebriti menjadi sebuah alternatif atau wacana baru dalam melakukan intervensi diplomasi dalam organisasi internasional.

Penelitian keempat yaitu artikel yang ditulis oleh Desideria Lumongga D. Leksmono dan Tarisya Putri Maharani tahun 2022 (Leksmono & Maharani, 2022). Artikel tersebut membahas bagaimana penggemar *K-pop* memanfaatkan platform media sosial seperti *Twitter* untuk terlibat dalam aksi perubahan iklim. Gerakan *K-pop 4 Planet* yang diciptakan oleh penggemar *K-pop* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang perubahan iklim dan menyatukan para fans global untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan. Berbagai aktivitas para selebriti di media memiliki pengaruh yang cukup besar bagi para penggemarnya. Hal ini dikarenakan interaksi di media sosial menciptakan rasa kedekatan dan memperkuat praktik budaya partisipatif yang diciptakan sendiri oleh para fans. Hal tersebut yang kemudian memotivasi para penggemar untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai aksi perubahan. Artikel ini menjelaskan aksi kolaborasi penggemar *K-pop* melalui

inisiatif *K-pop4Planet* dalam meningkatkan kesadaran akan perubahan iklim di era digital. Dukungan dan solidaritas fandom *K-pop* dengan memanfaatkan teknologi digital menjadi hal penting dalam mempromosikan aksi perubahan iklim bagi para penggemar.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Linda Piknerova dan Eva Rybakova pada tahun 2017 (Piknerová & Rybáková, 2017). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai peran selebritas dalam program pembangunan internasional. Melalui konsep diplomasi selebritas penulis menjelaskan bahwasannya individu seperti selebriti mampu berperan dalam mempengaruhi pembangunan dunia. Selebriti menjadi perwakilan kelompok tertentu pada isu-isu pembangunan dengan memanfaatkan media dalam mengkampanyekan kepentingan yang ingin dicapai. Pada artikel jurnal tersebut berfokus pada peran dua aktor terkenal yaitu Bono Fix dan Angelina Jolie.

Selengkapnya perbandingan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya dapat dilihat dari tabel 2.1 tentang komparasi penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 2.1 Komparasi Penelitian Terdahulu

Aspek Komparasi	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5
Judul Penelitian	<i>The Effect Of Celebrity Diplomacy: Preliminary Study On The Impact Of Climate Change Campaign By Blackpink Towards Blink Indonesia Community (Boi)</i>	<i>K-pop as a Social Movement : Case Study of BTS and Their Fandom ARMY</i>	<i>Celebrity Diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace</i>	<i>K-Pop Fans, Climate Activism, and Participatory Culture in the New Media Era</i>	<i>The "Celebritization" of Development – Bono Vox and Angelina Jolie as actors in development</i>

<b>Peneliti</b>	Widyawati dan Aditya Batara Gunawan	Priscilla Kim dan Dr. Ethan Hutt	Mark Wheeler	Desideria Lumongga D. Leksmono dan Tarisya Putri Maharani	Linda Piknerova dan Eva Rybakova
<b>Teori/ Konsep</b>	<i>Celebrity Diplomacy, Soft Power, Climate Change</i>	<i>Social Movement, Pop Culture</i>	<i>Celebrity Diplomacy dan Goodwill Ambassadors</i>	<i>Fan activism dan Environmental activism</i>	<i>Modernization Theory, dan Celebrity Diplomacy</i>
<b>Fokus Penelitian</b>	Artikel tersebut fokus membahas pengaruh dari kampanye Blackpink terhadap komunitas <i>Blink</i> di Indonesia. Blackpink sebagai duta <i>COP26</i> mampu meningkatkan kesadaran dan minat terhadap isu-isu perubahan iklim di kalangan komunitas <i>Blink</i> Indonesia.	Artikel tersebut berfokus pada peran penggemar dalam mengumpulkan dana dan memanfaatkan platform media sosial seperti <i>Twitter</i> untuk melakukan berbagai kegiatan.	Artikel tersebut menyoroti keberhasilan dan kegagalan keterlibatan selebriti dalam urusan politik internasional dan pentingnya meningkatkan kesadaran dan mempromosikan kampanye internasional melalui selebriti.	Artikel tersebut membahas bagaimana penggemar <i>K-pop</i> memanfaatkan platform media sosial seperti <i>Twitter</i> untuk terlibat dalam aksi perubahan iklim.	Artikel tersebut membahas mengenai Angelina Jolie dan Bono Vox yang terpilih sebagai <i>Goodwill Ambassador</i> dalam mengkampanyekan isu pembangunan global. Penulis memaparkan sejauh mana peran kedua selebriti tersebut dalam mempengaruhi masyarakat global.
<b>Hasil Penelitian</b>	Diplomasi selebriti Blackpink mendorong komunitas <i>Blink</i> untuk membuat serangkaian kegiatan dengan tema krisis iklim dan terlibat dalam aksi tingkat lokal. Termotivasi oleh seruan Blackpink untuk aksi perubahan iklim, komunitas <i>Blink Official</i>	<i>Boyband K-pop</i> seperti <i>BTS</i> telah berkontribusi dalam mempengaruhi fansnya untuk berpartisipasi aktif dalam gerakan sosial. Melalui teori <i>social</i>	<i>Goodwill Ambassador</i> dan <i>Messengers of Peace</i> telah memberikan pengaruh pada kampanye publik yang dilakukan oleh PBB. Kekuatan selebriti telah	Berbagai aktivitas para <i>idol</i> di media memiliki pengaruh yang cukup besar bagi para penggemarnya. Terdapat budaya partisipatif yang diciptakan sendiri oleh para fans yang	Dalam penelitian tersebut Angelina Jolie berhasil menjalankan perannya sebagai <i>Goodwill Ambassador</i> dengan berbagai upaya advokasi transnasional. Bono Fox dan Anjelina Jolie mampu meningkatkan

	Indonesia mengumpulkan dana dan melaksanakan program aksi iklim dengan menanam 2.850 bibit mangrove. Dengan demikian, diplomasi selebriti Blackpink telah berhasil mempengaruhi komunitas Blink Indonesia untuk mengambil aksi perubahan iklim dan terlibat dalam program-program yang bermanfaat bagi lingkungan.	<i>movement</i> , dapat dilihat budaya pop dapat memberi pengaruh pada para pemuda untuk mengumpulkan kekuatan kolektif bersama dan memanfaatkan kecakapan digital mereka untuk melakukan kebaikan sosial yang membawa perubahan positif dinegaranya.	mampu menarik perhatian publik yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa upaya PBB dalam menggunakan selebriti menjadi sebuah alternatif atau wacana baru dalam melakukan intervensi diplomasi dalam organisasi internasional.	kemudian memotivasi para penggemar untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai aksi perubahan. Artikel ini menjelaskan aksi kolaborasi penggemar K-pop melalui inisiatif <i>K-pop 4 Planet</i> dalam meningkatkan kesadaran akan perubahan iklim di era digital.	kesadaran masyarakat dengan menyebarkan nilai-nilai yang berhubungan dengan isu pengungsi. Dengan demikian, diplomasi selebritas yang dilakukan oleh UNHCR melalui pengangkatan kedua selebriti tersebut mampu menarik perhatian publik dalam menanggapi isu global yang tengah terjadi.
--	--	---	---	--	--

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu terdapat persamaan terkait topik, teori dan konsep penelitian yang membahas mengenai diplomasi selebritas. Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai wawasan tambahan dan bahan referensi untuk melakukan pembaruan penelitian. Perbedaan atau pembaruan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitian yaitu grup band Blackpink dan periode tahun penelitian yakni tahun 2020-2023. Pemilihan tahun 2020-2023 dilakukan karena dalam rentang tahun tersebut beberapa anggota Blackpink seperti Lisa, Rose dan Jisoo dipromosikan sebagai *global brand ambassador* berbagai merek *fashion*, serta ditahun 2020 Blackpink diangkat menjadi Duta dalam Konferensi Perubahan Iklim (*COP26*) oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa.



## 2.2 Landasan Konseptual

### 2.2.1 *Soft Power*

Konsep *soft power* berasal dari teori *power* yang di kemukakan oleh Joseph Nye. *Soft power* berupaya untuk mencapai tujuan politik dengan cara yang persuasif, bukan dengan kekuatan militer atau ekonomi. *Soft power* menurut Joseph Nye adalah kekuatan dalam mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui daya tarik budaya, cita-cita politik dan kebijakan (Nye, 2008). Dalam hal ini, *soft power* berfokus pada daya tarik yang dapat menciptakan pandangan dan perilaku orang lain.

Soft power menurut Joseph Nye dibagi dalam tiga aset utama yang terdiri dari kekuatan kebudayaan, nilai-nilai ideologi dan kebijakan (Nye, 2008). Kekuatan kebudayaan seperti adanya daya tarik dari nilai seni, musik, film dan tradisi yang mampu menarik minat dan simpati orang lain. Adapun nilai-nilai ideologi (*political values*) meliputi nilai-nilai yang mampu membuat sebuah aktor lebih menarik dan memunculkan dukungan atau simpati dimata global. Sedangkan kebijakan merupakan sebuah upaya kebijakan luar negeri seperti dalam bentuk bantuan kemanusiaan dan upaya global dalam berbagai isu-isu kesehatan, pendidikan, perubahan iklim dan sebagainya.

Analisis mengenai *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph Nye dilengkapi oleh Alexander Vuving melalui konsep *soft power currencies*. Dalam tulisannya yang berjudul “*How Soft Power Works*”, terdapat *Soft power currencies* yang merupakan cara *soft power* untuk sampai pada tahap *recipient*. *Soft power currencies* menjadi sebuah alat yang menyalurkan dan memastikan sebuah *power* sampai pada *recipient*. Dengan demikian, konsep *soft power currencies* diperlukan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk melihat kekuatan *Blackpink* yang membuatnya terpilih sebagai duta dalam konferensi perubahan iklim. Adapun Alexander Vuving mengidentifikasi *soft power currencies* yang terdiri atas *beauty*, *brilliance* dan *benignity*.

### 1. *Beauty*

*Beauty* adalah kesatuan yang menyatukan para aktor melalui kesamaan ide, nilai, hal yang diperjuangkan dan visi. Hal ini memberikan para aktor rasa aman, harapan, identitas dan komunitas serta pembenaran dan pujian. Suatu aktor akan lebih disukai oleh aktor lain yang memiliki nilai dan tujuan yang sama dengannya, karena kesamaan ini akan memberikan citra “*beauty*” pada aktor tersebut. Kesamaan tersebut kemudian dapat berujung pada munculnya kepercayaan, persahabatan dan kerja sama. *Beauty* dapat terlihat jika sebuah aktor menunjukkan dan memperlihatkannya dengan cara yang menarik dan penuh percaya diri sehingga dapat meyakinkan negara lain bahwa nilai tersebut pantas untuk dijunjung (Vuving, 2019).

### 2. *Brilliance*

*Brilliance* merupakan suatu aspek yang berkaitan antara aktor dengan pekerjaannya. Ini menunjukkan adanya performa tinggi yang bisa didapat ketika melakukan suatu hal. *Brilliance* bergerak dengan menghasilkan keinginan untuk belajar dari kesuksesan orang lain melalui adanya kekaguman dengan aktor yang sukses tersebut. Adapun bentuk dari keberhasilan bermacam-macam, diantaranya seperti militer yang kuat, ekonomi yang berkembang, budaya yang kaya atau masyarakat yang teratur dan damai (Vuving, 2009).

### 3. *Benignity*

*Benignity* merupakan sebuah aspek hubungan antara agen *soft power* dengan *recipient*. *Benignity* didefinisikan sebagai perilaku positif yang diekspresikan ketika memperlakukan orang lain, khususnya ketika memperlakukan *client*. Dalam hal ini, *benignity* memiliki beragam bentuk seperti sikap yang tidak menentang, menghormati nilai-nilai yang berbeda, bersikap peduli dan memberikan bantuan yang diperlukan oleh pihak lain, serta melindungi pihak lain. Dengan demikian, *benignity* memiliki nilai dasar yaitu nilai kebaikan dan keramahan. Aktor yang baik memiliki daya tarik yang tinggi karena mereka tidak menunjukkan untuk melukai dan akan

memperhatikan kepentingan bersama. Sehingga *benignity* menghasilkan rasa terima kasih dan simpati yang tinggi dari pihak lain (Vuving, 2019).

Salah satu penerapan *soft power* dalam dunia hubungan internasional ialah menggunakan selebritas sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan nilai-nilai dan budaya tertentu. Dalam konteks ini, penggunaan konsep *soft power* dipakai untuk melihat bagaimana selebriti dapat menjadi manifestasi *soft power*. Selebritas dapat menjadi alat *soft power* yang dapat memanfaatkan pengaruh mereka dalam mempromosikan nilai-nilai dan kebijakan yang positif kepada masyarakat internasional. Selebriti berfungsi untuk membantu menciptakan pandangan atas isu tertentu yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi dan pengaruhnya secara global. Dengan demikian, konsep *soft power* dari Alexander L. Vuving yang terdiri dari *beauty*, *brilliance* dan *benignity* digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yang berupaya melihat potensi selebritas Blackpink sehingga menyebabkannya terpilih sebagai duta dalam konferensi perubahan iklim oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa.

### 2.2.2 Diplomasi Selebritas

Diplomasi selebritas merupakan sebuah konsep turunan dari diplomasi publik. Konsep diplomasi selebritas diperkenalkan pertama kali dalam buku *Celebrity Diplomacy* yang ditulis oleh Andrew F. Cooper. Dalam buku tersebut, Cooper menjelaskan bahwa selebriti telah lama masuk dalam aktivitas diplomasi modern yang dapat dilihat dari munculnya Bill Gates dan Melinda Gates dalam sampul Majalah *Time* sebagai *Persons of the Year*. Para tokoh tersebut dapat menjadi sebuah gambaran tolak ukur dalam melihat selebritas di era modern dengan aktivitas perluasan pengakuan dalam panggung internasional. Dalam hal ini diplomasi selebritas mempunyai target dan tujuan yang tepat dalam tata kelola, ekuitas dan berbagai isu global (Cooper & Frechette, 2015).

Sesuai dengan teori *soft diplomacy* dan konsep diplomasi publik, peranan diplomasi selebritas dalam berbagai isu global dilakukan tanpa kekerasan dengan cara menyebarkan nilai-nilai universal (Alleynes, 2005). Diplomasi selebritas dilakukan oleh para selebriti dalam berbagai forum internasional, bersamaan dengan lembaga multilateral Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Aktivitas diplomasi selebritas terus berlangsung hingga saat ini karena adanya peningkatan hubungan antara aktor domestik dan global. Penggunaan selebriti dalam proses diplomasi dilakukan untuk menciptakan dukungan dari masyarakat global yang kemudian dapat mempengaruhi berbagai kebijakan transnasional. Dengan demikian, berbagai elit politik telah banyak yang menggunakan selebriti sebagai strategi peningkatan kualitas profil atau pendorong suatu program.

Selebritas dapat berkontribusi dalam penyelesaian isu-isu global karena mampu menciptakan sebuah komunikasi baru dalam menarik perhatian masyarakat atas suatu permasalahan yang sedang terjadi. Hal inilah yang kemudian menjadi sebuah alasan berbagai *Non-Governmental Organization* (NGO), negara, hingga *Multinational Corporation* (MNC) menjadikan selebriti sebagai aktor diplomasi. Sesuai dengan pandangan Marshall, bahwa selebritas dapat dilihat sebagai *elevated individuals* yang memunculkan pemberdayaan masyarakat dalam membentuk ruang publik secara simbolis (Rai & Marshall, 2018). Kekuatan simbolis yang dimaksud ialah sebuah bentuk hubungan erat antara aktor selebritas dan para

penggemarnya. Melalui hubungan tersebut suatu tujuan global dapat tercapai karena lebih mudahnya menarik perhatian publik.

Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, selebriti menjadi aktor penting dalam menarik perhatian masyarakat pada lingkup bidang yang lebih luas. Sesuai dengan pandangan Kellner, bahwasannya selebritas merupakan tokoh penting dalam berbagai media pertunjukan untuk melakukan diplomasi melalui berbagai bidang seperti hiburan atau olahraga. Lebih lanjut, selebritas dapat berkontribusi dalam memberikan pengaruh pada kebijakan-kebijakan yang dirancang oleh aktor politik untuk dipertimbangkan kelebihan dan kekurangannya dari berbagai aspek (Kellner, 2009). Dengan demikian, para aktor diplomasi selebriti memiliki kelebihan terkait kemudahan penyampaian informasi kemasyarakat dibanding diplomat lainnya.

Aktivitas diplomasi selebritas yang semakin kompleks telah menjadi fenomena yang bersifat internasional. Menurut pandangan Andrew F. Cooper, diplomat selebriti memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menciptakan opini publik, kampanye dan intervensi dalam level diplomatik (Cooper & Frechette, 2015). Hal ini sesuai dengan konsep diplomasi selebritas yang dikembangkan oleh Asteris Huliaras dan Nikolaos Tzifakis dalam tiga level kerangka analisis yang meliputi *public awareness*, *fundraising* dan *political lobbying* (Huliaras & Tzifakis, 2010).

1. Kesadaran Publik (*Public Awareness*)

Diplomasi selebritas dinilai harus mampu mempengaruhi opini publik untuk membuktikan bahwa selebriti memiliki keunggulan daripada pembuat kebijakan dalam hal meningkatkan kesadaran masyarakat global terkait isu yang dibahas. Di era digital saat ini diplomasi selebritas dapat lebih memberikan dampak yang besar dalam meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi opini publik dalam mencapai tujuan tertentu (Huliaras & Tzifakis, 2010).

2. Penggalangan Dana (*Fundraising*)

Selebritas memiliki kontribusi dalam mengumpulkan dana dengan menarik perhatian masyarakat. Pengaruh selebritas yang cukup kuat dalam menarik

perhatian para penggemarnya mampu menggerakkan publik untuk mengumpulkan dana dalam bentuk donasi atas isu yang sedang digalakkan. Penggalangan dana yang dapat dilakukan oleh publik yaitu melalui suatu acara atau proyek yang berkaitan dengan isu yang sedang dibahas.

### 3. Lobi Politik (*Political Lobbying*)

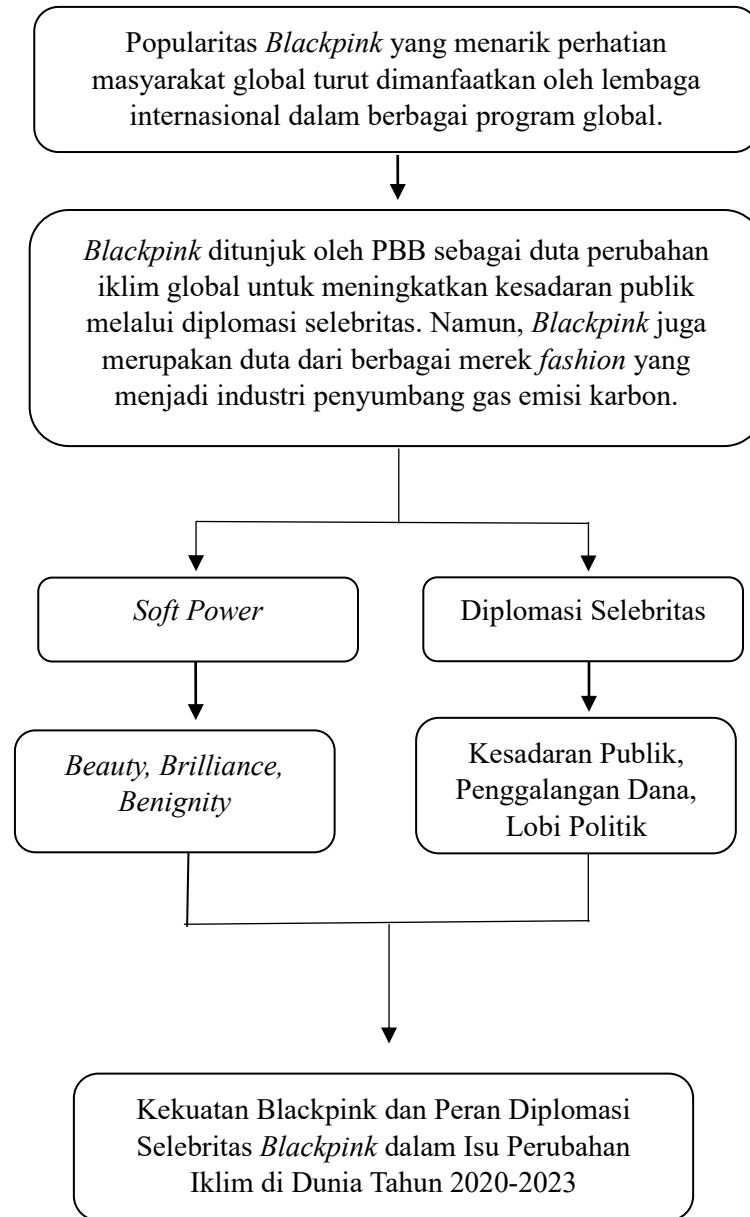
Pada tahap lebih lanjut atas berbagai aktivitas diplomasi selebritas dalam membentuk kesadaran publik dan melakukan penggalangan dana, hal tersebut yang kemudian dapat mempengaruhi proses pembuatan kebijakan dalam lobi politik. Selebritas dianggap dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan politik (Huliaras & Tzifakis, 2010). Perbedaan lobi politik dengan kesadaran publik dan penggalangan dana adalah adanya pengaruh terhadap penyelesaian isu tertentu dalam keputusan politik. Dengan demikian, di tahap lobi politik ini memiliki tingkat kesulitan keberhasilan dibanding dua tingkatan lainnya.

Blackpink memiliki beragam strategi dalam menjalankan perannya sebagai duta perubahan iklim global. Dimulai dari kampanye yang dilakukan melalui berbagai *platform* media sosial, hingga berpartisipasi dalam konferensi perubahan iklim (COP26) yang dilaksanakan di Inggris. Pemilihan Blackpink sebagai duta perubahan iklim oleh PBB diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat global akan isu perubahan iklim. Untuk melihat sejauh mana peranan diplomasi selebritas Blackpink, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam menggunakan konsep diplomasi selebritas Andrew F. Cooper dan tiga level kerangka analisis diplomasi selebritas yang dijelaskan oleh Asteris Huliaras dan Nikolaos Tzifakis.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Pada bagian kerangka pemikiran penulis akan menjelaskan isu dalam penelitian ini, yaitu peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim di dunia tahun 2020-2023. Popularitas Blackpink yang mampu menarik perhatian masyarakat global turut dimanfaatkan oleh lembaga internasional seperti PBB dalam berbagai program global. Salah satu program global yang digalakan oleh PBB dan melibatkan aktor non-negara yaitu mengenai isu perubahan iklim. Penggunaan selebritas Blackpink oleh PBB melalui kampanye dinilai dapat menjangkau masyarakat global, khususnya para generasi muda sebagai agen perubahan. Namun, disisi lain Blackpink juga merupakan *brand ambassador* berbagai merek *fashion* yang menjadi salah satu industri penyumbang emisi karbon penyebab terjadinya perubahan iklim. Berdasarkan keadaan tersebut, penulis akan melakukan pengkajian dengan menggunakan konsep *soft power* untuk melihat potensi atau kekuatan Blackpink yang membuatnya terpilih sebagai duta perubahan iklim dan konsep diplomasi selebritas dengan tiga level analisis yang diharapkan dapat membantu melihat sejauh mana peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim di dunia tahun 2020-2023.

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: diolah oleh peneliti



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan makna pada sejumlah individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial (Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif berfokus pada fenomena sosial melalui analisis yang deskriptif dan interpretatif. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk membantu dalam memahami fenomena secara terstruktur dalam menjawab rumusan masalah. Adapun pendekatan kualitatif deskriptif peneliti gunakan sebagai pendekatan yang digunakan untuk mencari data secara mendalam dengan tujuan memperoleh makna dari permasalahan yang dibahas.

Metode penelitian kualitatif akan peneliti gunakan untuk memaparkan peran diplomasi selebritas yang dilakukan oleh Blackpink dalam isu perubahan iklim. Pemaparan tersebut akan didasari oleh konsep diplomasi selebritas untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan. Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif yang akan digunakan dalam penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan kenyataan yang sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian.

#### **3.2 Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan fokus penelitian agar dapat memberikan batasan dalam menganalisis data dan menghindari terjadinya perluasan terhadap objek penelitian. Peneliti berfokus membahas peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim di dunia tahun 2020-2023.

Pemilihan tahun 2020 dikarenakan menjadi awal mula Blackpink ditunjuk sebagai advokat dalam konferensi PBB tentang perubahan iklim dan menjalankan kampanyenya hingga tahun 2023. Dalam rentang waktu 2020-2023 tersebut, terdapat upaya Blackpink dalam menjalankan kampanye tentang isu perubahan iklim di dunia.

### 3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian data sekunder dalam mengumpulkan data. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sebelumnya telah dikumpulkan dan diproses oleh pihak lain (Creswell, 2018). Adapun pengumpulan data dalam konteks peran diplomasi selebritas Blackpink ini akan menggunakan dua teknik pengumpulan data, diantaranya:

- 1) Studi Pustaka, yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mengumpulkan data melalui buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah dan media-media resmi yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data seperti jurnal atau artikel ilmiah dilakukan dengan melalui situs digital resmi seperti [www.jstor.org](http://www.jstor.org) dan [www.scholar.google.co.id](http://www.scholar.google.co.id) serta beberapa jenis sumber lainnya. Dalam penelitian ini, studi pustaka dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai sumber kredibel, antara lain:
  - a. Jurnal ilmiah yang berkaitan dengan diplomasi selebritas untuk menjadi referensi utama dalam memahami praktik diplomasi yang dijalankan oleh Blackpink yang diperoleh dari [www.scholar.google.co.id](http://www.scholar.google.co.id) dan [www.jstor.org](http://www.jstor.org).
  - b. Buku-buku yang relevan dengan diplomasi selebritas dan *soft power* untuk memahami teori dan konsep dalam praktik diplomasi oleh aktor non negara.
  - c. Artikel berita yang memuat informasi mengenai kegiatan diplomasi selebritas yang dilakukan oleh Blackpink dalam kurun waktu tahun 2020-2023 yang sebagian besar bersumber dari media massa global.
  - d. Laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan yang menaungi Blackpink (*YG Entertainment*) untuk menjadi sumber data krusial dalam

mengetahui dan memahami kegiatan dan upaya Blackpink dalam menerapkan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan.

- 2) Studi Dokumentasi, yaitu peneliti mempelajari dan menganalisis berbagai dokumen dan *website* resmi lainnya untuk mendapatkan informasi dan data yang relevan dengan objek penelitian yang diangkat (Creswell, 2018). Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui laman resmi *United Nation* dan perusahaan yang menaungi *Group Band* Blackpink (*YG Entertainment*). Penulis juga menggunakan data yang bersumber dari berbagai akun media sosial resmi Blackpink seperti *Youtube*, *Twitter* dan *Instagram*. Adapun penulis menggunakan data penunjang lainnya melalui akun media sosial komunitas penggemar Blackpink diberbagai negara.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, teknik analisis data merupakan sebuah tahapan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya peneliti menginterpretasikan data tersebut dengan teori atau konsep terkait yang diakhiri dengan penarikan kesimpulan (Creswell, 2018). Teknik analisis data digunakan untuk mengolah data yang tersedia sehingga tercipta informasi yang jelas dan terstruktur. Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Milles dan Huberman yang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut (Miles dkk., 2014):

#### 1. Tahapan Kondensasi Data

Di tahap awal ini peneliti melakukan pemadatan data dengan cara memilih, meringkas dan memfokuskan data pada hal-hal yang relevan dengan objek penelitian. Secara khusus, dalam penelitian ini penulis memfokuskan data-data terkait dengan aktivitas Blackpink yang berhubungan dengan lingkungan yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber jurnal, *website* dan media sosial. Dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam memberikan gambaran yang jelas terkait peran diplomasi selebritas Blackpink yang akan disajikan dalam tahapan selanjutnya. Melalui tahapan kondensasi data, peneliti dapat meringkas hasil pengumpulan data dan menyajikannya dalam bentuk pola

pembahasan dan mengkategorikan data yang telah dikumpulkan. Tahapan kondensasi data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Penulis mempelajari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini, dengan dimulai dari latar belakang hingga kesimpulan yang membahas topik yang relevan mengenai diplomasi selebritas dari penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penulisan penelitian ini.
- b. Penulis mengumpulkan informasi dan data yang relevan dengan topik penelitian dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, situs web resmi PBB, laporan tahunan perusahaan yang menaungi Blackpink yang diakses melalui website *YG Entertainment*, media sosial Blackpink dan sumber lainnya. Adapun kemudian informasi dan data tersebut disusun dan dikelompokkan secara sistematis sesuai dengan kebutuhan teori analisis yang diterapkan oleh penulis.

## 2. Tahapan Penyajian Data

Di tahap ini data yang telah dipadatkan menjadi terorganisir dan terkompresi sehingga penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan lebih kritis. Penulis menyajikan data dalam bentuk uraian, gambar atau tabel yang relevan dengan teori peran dan konsep diplomasi selebritas. Melalui tahapan ini diharapkan data yang disajikan akan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan menghindarkan ambiguitas. Adapun penyajian data dilakukan dengan cara menyajikan data berupa teks yang memuat informasi penting terkait aktivitas diplomasi Blackpink terkait isu perubahan iklim yang diambil dari berbagai sumber seperti *website* resmi dan sosial media komunitas. Kemudian peneliti melakukan proses kurasi data teks secara cermat untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan merupakan informasi yang relevan dan akurat untuk digunakan dalam penelitian. Penyajian data yang penulis gunakan seperti:

- a. Data berupa teks yang meliputi kutipan media, jurnal dan pernyataan dari pihak-pihak terkait yang diperoleh dari situs resmi Blackpink, YG

*Entertainment*, PBB dan Pemerintah Kerajaan Inggris untuk mendukung kredibilitas penelitian.

- b. Data berupa tabel seperti tabel *Brand ambassador fashion*, komparasi penelitian terdahulu, selebriti dengan pengikut terbanyak dan *streaming* musik tertinggi.
- c. Data berupa gambar yang diperoleh dari media sosial dan situs resmi Blackpink seperti *Sustainable Merchandise*, konser virtual Blackpink, video kampanye Blackpink, aksi penggalangan dana, pertemuan Blackpink dengan pemerintah Kerajaan Inggris dan berbagai kampanye Blackpink dalam COP 26 di berbagai *platform* media sosial.

### 3. Tahapan Penarikan Kesimpulan

Di tahap ini peneliti menarik sebuah kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk melihat hasil dari penelitian yang dilakukan. Adapun kesimpulan yang terbentuk secara ringkas akan menjadi jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat. Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti untuk melihat keterkaitan antar variabel secara lebih jelas dan membantu dalam penyusunan narasi yang runtut terkait dengan peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim global.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Isu perubahan iklim menjadi isu global yang perlu perhatian khusus dari berbagai pihak. Hal itu dapat dilakukan dengan adanya dukungan dari selebritas sebagai aktor yang dikenal oleh publik dan mampu menarik perhatian dunia. Selebritas dapat melaksanakan aktivitas diplomasi sebagai alat pendekatan dalam proses kampanye terkait isu perubahan iklim global. Peran diplomasi selebritas Blackpink dilakukan dengan mengutamakan cara penyampaian pesan menggunakan bahasa non diplomatis sehingga lebih mudah diterima oleh publik.

Berdasarkan pada pembahasan yang dipaparkan oleh penulis mengenai potensi Blackpink, terdapat *beauty*, *brilliance* dan *benignity* yang menunjukkan relevansinya dengan kekuatan Blackpink sehingga terpilih menjadi duta dalam konferensi perubahan iklim. *Beauty* memungkinkan mereka dalam menarik perhatian audiens global, *brilliance* mencerminkan kemampuan mereka untuk menyampaikan pesan perubahan iklim dengan cara yang kreatif dan inovatif, serta *benignity* yang menunjukkan komitmen tulus mereka terhadap kebaikan bersama dengan meningkatkan kredibilitas pesan yang dibawa. Hal tersebut sesuai dengan konsep *soft power currencies* yang menunjukkan bahwa sebuah *power* dari aktor diplomasi yakni Blackpink mampu diterima sampai pada *recipient* yaitu masyarakat global.

Adapun peran diplomasi selebritas Blackpink dalam menghadapi isu perubahan iklim tahun 2020-2023 dapat dilihat atas berbagai aktivitas Blackpink dalam tiga level kerangka analisis, yaitu kesadaran publik, penggalangan dana dan lobi politik. Melalui ketiga level kerangka diplomasi selebritas tersebut, dapat dianalisis bahwasannya peran Blackpink sebagai duta perubahan iklim sebagai aktor diplomasi selebritas cenderung lebih terlihat pada proses memberikan informasi kepada publik mengenai isu perubahan iklim dan COP 26 yang akan diselenggarakan pada saat itu. Dengan demikian, peran diplomasi selebritas

Blackpink dalam isu perubahan iklim menghasilkan dampak pada peningkatan kesadaran masyarakat tentang isu perubahan iklim dan peningkatan partisipasi para fans terkait aksi memerangi perubahan iklim yang secara tidak langsung dipengaruhi oleh kampanye Blackpink.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait peran diplomasi selebritas Blackpink dalam isu perubahan iklim dunia pada tahun 2020-2023, penelitian ini hanya berfokus pada analisis beberapa strategi diplomasi selebritas yang dilakukan oleh Blackpink. Analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan tiga konsep level analisis diplomasi selebritas yang dikemukakan oleh Huliaras dan Dzikfis. Dengan demikian, peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk dapat menganalisis diplomasi selebritas secara lebih lengkap melalui konsep atau teori dan metode yang berbeda untuk melihat lebih dalam mengenai sebab akibat dan seberapa besar pengaruh diplomasi selebritas dalam mempengaruhi masyarakat global dan kebijakan ditingkat negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulla, H. (2023, Desember 13). Sustainability momentum slows with fashion use up 60% in 2023. *Just Style*. <https://www.just-style.com/news/signal-sustainability-momentum-slows-with-fashion-consumption-up-60-in-2023/>
- Aerosol—An overview | ScienceDirect Topics*. (2018). <https://www.sciencedirect.com/topics/agricultural-and-biological-sciences/aerosol>
- Agracipta. (2022, Desember 27). Tren Sadar Lingkungan Mengubah Industri Fashion pada tahun 2023. *PT BRA*. <https://www.bra-indo.com/id/mode-berkelanjutan-untuk-mendapatkan-dosis-penguat-pada-2023/>
- Alleyne, M. D. (2005). The United Nations' Celebrity Diplomacy. *SAIS Review of International Affairs*, 25(1), 175–185.
- Apa Itu Fandom Berikut Daftar 11 Fandom K-Pop Terbesar di Dunia*. (2020). <https://mediaindonesia.com/humaniora/597776/apa-itu-fandom-berikut-daftar-11-fandom-k-pop-terbesar-di-dunia>
- Average temperature anomaly*. (2024). Our World in Data. <https://ourworldindata.org/grapher/temperature-anomaly>
- BBC News. (2019). *BLACKPINK become first K-pop girl group to perform at Coachella*. <https://www.bbc.com/news/newsbeat-47919786>
- Biddle, B. J. (1979). *Role Theory: Expectations, Identities, and Behaviors*. Academic Press.
- Blackpink*. (2020). SDG Advocates. <https://www.unsdgadvocates.org/blackpink>
- Blackpink*. (2021). *BLACKPINK Performs Stay | Dear Earth* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=rqVPhi0oTVU>
- Blackpink chosen as ambassador for this year's COP26*. (2021). <https://koreajoongangdaily.joins.com/2021/02/26/entertainment/kpop/Blackpink-COP26-United-Nations-Climate-Change-Conference>
- Blackpink Ditunjuk Jadi Duta Konferensi Perubahan Iklim PBB 2021*. (2021). Kompas.com. <https://www.kompas.com/hype/image/2021/02/26/230540566/blackpink-ditunjuk-jadi-duta-konferensi-perubahan-iklim-pbb-2021>



- BLACKPINK urges fans to take climate action for #COP26* | British Council. (2022). <https://www.britishcouncil.org/climate-connection/be-inspired/blackpink-climate-action-cop26>
- Buntut Desakan Fans K-Pop, Hyundai Batal Beli Aluminium dari Proyek Adaro* Halaman *all—Kompas.com.* (2024). <https://lestari.kompas.com/read/2024/04/03/070000686/buntut-desakan-fans-k-pop-hyundai-batal-beli-aluminium-dari-proyek-adaro?page=all>
- Calling All Blinks: Climate Action In Your Area! #Cop26.* (2021, Februari 26). [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=E1yePjSH87U>
- Celebrity UN Ambassadors.* (2018). <https://www.reuters.com/news/picture/celebrity-un-ambassadors>
- Cernansky, R. (2023, Agustus 24). *Climate campaign calls on K-pop fans to rally luxury action.* Vogue Business. <https://www.voguebusiness.com/sustainability/climate-campaign-calls-on-k-pop-fans-to-rally-luxury-action-blackpink>
- Chyntia, M., Juliansyah, V., & Thea, D. (2024). Fenomena Korean Wave Terhadap Fanatisme Penggemar dan Aktivitas Media Sosial Studi Kelompok Fandom K-Pop di Kota Pontianak. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 18–41.
- Climate action: K-pop fans vs the luxury fashion industry.* (2023a). euronews. <https://www.euronews.com/culture/2023/08/15/k-pop-fans-demand-climate-action-from-luxury-fashion-houses>
- Climate action: K-pop fans vs the luxury fashion industry.* (2023b, Agustus 15). euronews. <https://www.euronews.com/culture/2023/08/15/k-pop-fans-demand-climate-action-from-luxury-fashion-houses>
- Climate Change.* (2021). United Nations; United Nations. <https://www.un.org/climatechange/>
- Climate litigation more than doubles in five years, now a key tool in delivering climate justice.* (2020). Diambil 4 November 2024, dari <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/climate-litigation-more-doubles-five-years-now-key-tool-delivering>
- CO<sub>2</sub> and Greenhouse Gas Emissions—Our World in Data.* (2023). <https://ourworldindata.org/co2-and-greenhouse-gas-emissions>
- Contributor. (2021). Blackpink To Take Part In YouTube Originals Special “Dear Earth” Campaign Event. *Namaste Hallyu - NamaSTAY Your Way to Hallyu.* <https://namastehallyu.com/blackpink-to-take-part-in-youtube-originals-special-dear-earth-campaign-event/>
- Cooper, A. F., & Frechette, L. (2015). *Celebrity Diplomacy.* Routledge.

- COP26: Together for our planet | United Nations.* (2021). Diambil 4 November 2024, dari <https://www.un.org/en/climatechange/cop26>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Fifth edition). SAGE Publications.
- Event: UNFCCC COP 25 | SDG Knowledge Hub | IISD.* (2021). <https://sdg.iisd.org/events/unfccc-cop-25/>
- Evidence—NASA Science.* (2020). <https://science.nasa.gov/climate-change/evidence/>
- Fans KPop Makin Gencar Kampanye Stop Krisis Iklim.* (2022). Diambil 31 Oktober 2024, dari <https://www.forestdigest.com/detail/1219/kampanye-fansa-kpop-krisis-iklim>
- Fans KPop Makin Gencar Kampanye Stop Krisis Iklim.* (2021). <https://www.forestdigest.com/detail/1219/kampanye-fans-kpop-krisis-iklim>
- Fast Fashion: The Second Largest Polluter | GreenMatch.* (2016). <https://www.greenmatch.co.uk/blog/2016/08/fast-fashion-the-second-largest-polluter-in-the-world>
- Forbes.com. (2023). *Blackpink Collects Their Second-Ever Gold-Certified Single In The U.S.* <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2021/09/08/blackpink-collects-their-second-ever-gold-certified-single-in-the-us/>
- Gercep Saling Membantu, Profesionalisme BLACKPINK di Konser Melbourne Tuai Pujian.* (2023). <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00482365.html>
- Global Social Media Statistics.* (2024). DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/social-media-users>
- GoodStats. (2024). *Denmark, Negara dengan Indeks Kinerja Perubahan Iklim Tertinggi di Dunia.* GoodStats. <https://goodstats.id/article/denmark-negara-dengan-indeks-kinerja-perubahan-iklim-tertinggi-di-dunia-wDOhM>
- Grammy.com. (2019). *Meet BLACKPINK: The Latest, Greatest K-Pop Phenomenon.* Grammy.com. <https://grammy.com/news/meet-blackpink-latest-greatest-k-pop-phenomenon>
- Grammy.com. (2022). *What Does “BLACKPINK” Mean? 7 Facts To Know About K-Pop Sensations BLACKPINK.* <https://www.grammy.com/news/blackpink-facts-original-name-most-popular-song-biggest-collaborations-new-2022-album-born-pink>

- How do celebrities contribute to diplomacy? - The National Museum of American Diplomacy.* (2020). <https://diplomacy.state.gov/how-do-celebrities-contribute-to-diplomacy/>
- How fast fashion fuels climate change, plastic pollution, and violence.* (2021). Greenpeace International. <https://www.greenpeace.org/international/story/62308/how-fast-fashion-fuels-climate-change-plastic-pollution-and-violence/>
- Huliaras, A., & Tzifakis, N. (2010). Celebrity activism in international relations: In search of a framework for analysis. *Global Society*, 24(2), 255–274.
- Husariu, L. (2019, April 13). BLACKPINK become first K-pop girl group to perform at Coachella. *Routledge*. <https://www.bbc.com/news/newsbeat-47919786>
- Indeks Kinerja Perubahan Iklim (CCPI).* (2024, Februari 27). <https://ccpi.org/>
- Introduction to Science in the UNFCCC | UNFCCC.* (2020). <https://unfccc.int/topics/science/the-big-picture/introduction-science?>
- KapanLagi.com. (2021). *5 Artis Dunia yang Berkolaborasi dengan BLACKPINK, Salah Satunya Menciptakan Lagu.* <https://www.kapanlagi.com/korea/5-artis-dunia-yang-berkolaborasi-dengan-blackpink-salah-satunya-menciptakan-lagu-60e923.html>
- Kellner, D. (2009). Barack Obama and Celebrity Spectacle. *International Journal of Communication*, 3, 715–741.
- Kellner, D. (2010). Celebrity Diplomacy, Spectacle, and Barack Obama. *Celebrity Studies*, 1(1), 121–123.
- Kim, P., & Hutt, E. (2021). K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY. *Journal of Student Research*, 10(3), 1–15.
- Leksmono, D., & Maharani, T. (2022). K-Pop Fans, Climate Activism, and Participatory Culture in the New Media Era. *Journal of Student Research*, 95(3), 114–134.
- Liputan6.com. (2021, November 3). *BLACKPINK Tagih Janji Aksi Perubahan Iklim pada Pemimpin Dunia di COP26.* [liputan6.com. https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4701409/blackpink-tagih-janji-aksi-perubahan-iklim-pada-pemimpin-dunia-di-cop26](https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4701409/blackpink-tagih-janji-aksi-perubahan-iklim-pada-pemimpin-dunia-di-cop26)
- Mamo, H. (2021). Blackpink, Billie Eilish, Anitta & More to Appear in ‘Dear Earth’ YouTube Originals Special. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/music-news/dear-earth-youtube-originals-special-blackpink-billie-eilish-anitta-jaden-smith-9635150/>

- Menelusuri Upaya Keterlibatan Komunitas Penggemar K-pop Dalam Menyuarakan Isu Krisis Iklim Melalui Fan Activism dan Kosmopolitanisme – Megashift Fisipol UGM.* (2024, September 9). <https://megashift.fisipol.ugm.ac.id/2024/09/09/menelusuri-upaya-keterlibatan-komunitas-penggemar-k-pop-dalam-menyuarakan-isu-krisis-iklim-melalui-fan-activism-dan-kosmopolitanisme/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Naver. (2022). *YG Entertainment mendonasikan 500 juta won untuk pemulihan kerusakan akibat kebakaran hutan... Menyampaikan Hati yang Hangat (Resmi)*. <https://m.entertain.naver.com/article/052/0001711917>
- NewsWhip. (2023, November 21). *The K-pop effect: How Blackpink dominates luxury brand partnerships.* *Newswhip*. <https://www.newswhip.com/2023/11/the-k-pop-effect-how-blackpink-dominates-luxury-brand-partnerships/>
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109.
- Piknerová, L., & Rybáková, E. (2017). *The “Celebritization” of Development—Bono Vox and Angelina Jolie as Actors in Development.* *Development, Environment and Foresight*. 3(1), 20–35.
- Pop stars like Blackpink and Taylor Swift can shape fan behaviour. What about on climate change? (2023). *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/science/what-on-earth-blackpink-taylor-swift-climate-change-1>
- Post, T. J. (2023). *K-pop stars Blackpink get UK honors for climate advocacy—People.* *The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/culture/2023/11/23/k-pop-stars-blackpink-get-uk-honors-for-climate-advocacy.html>
- Rahma, S. (2021). *Blackpink Jadi Duta Resmi Konferensi Perubahan Iklim PBB - Radar Malang.* *Blackpink Jadi Duta Resmi Konferensi Perubahan Iklim PBB - Radar Malang*. <https://radarmalang.jawapos.com/lifestyle/811073396/blackpink-jadi-duta-resmi-konferensi-perubahan-iklim-pbb>
- Rai, S., & Marshall, D. (2018). Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture. *Journal of Communication*, 12(1), 3.
- Ritchie, H., Rosado, P., & Roser, M. (2023). CO<sub>2</sub> and Greenhouse Gas Emissions. *Our World in Data*. <https://ourworldindata.org/co2-and-greenhouse-gas-emissions>

- Sarwindaningrum, I. (2023). *Penghargaan dan Kekaguman Raja Charles III kepada Blackpink*. kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2023/11/23/penghargaan-dan-kekaguman-raja-charles-iii-pada-blackpink>
- South Korea: BLACKPINK YouTube views by country 2023*. (2024). Statista. <https://www.statista.com/statistics/1295220/south-korea-blackpink-youtube-views-by-country/>
- The Impact Of The Fashion Industry On Climate Change—EcoSend Blog*. (2021). <https://ecosend.io/blog/the-impact-of-the-fashion-industry-on-climate-change>
- The King presents Honorary MBEs to BLACKPINK*. (2023, November 22). <https://www.royal.uk/news-and-activity/2023-11-22/the-king-presents-honorary-mbes-to-blackpink>
- The King presents Honorary MBEs to BLACKPINK*. (2023, November 22). <https://www.royal.uk/news-and-activity/2023-11-22/the-king-presents-honorary-mbes-to-blackpink>
- The Korea Times. (2023). *Blackpink celebrates 8 years of record-breaking career*. [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2024/11/398\\_380165.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2024/11/398_380165.html)
- The Paris Agreement | UNFCCC*. (2021). <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>
- These Are The Top Ten Countries That Stream BLACKPINK The Most On YouTube. (2019). *Koreaboo*. <https://www.koreaboo.com/lists/top-ten-countries-stream-blackpink-youtube/>
- Transforming the fashion industry to meet U.N. sustainability targets—#ThinkLandscape*. (2020). [https://thinklandscape.globallandscapesforum.org/27550/transforming-the-fashion-industry-to-meet-u-n-sustainability-targets/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwvpy5BhDTARIsAHSilylrNRTLhkjwgIAZPqhmM0O1s\\_XQZgFdR-uDU9QutdJLBUSEEK5nnqMaAhpREALw\\_wcB](https://thinklandscape.globallandscapesforum.org/27550/transforming-the-fashion-industry-to-meet-u-n-sustainability-targets/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwvpy5BhDTARIsAHSilylrNRTLhkjwgIAZPqhmM0O1s_XQZgFdR-uDU9QutdJLBUSEEK5nnqMaAhpREALw_wcB)
- Twitter Users, Stats, Data, Trends, and More*. (2023). DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/essential-twitter-stats>
- UNEP. (2021, Januari 25). *Facts about the climate emergency | UNEP - UN Environment Programme*. <https://www.unep.org/facts-about-climate-emergency>
- Vuving, A. (2009). How Soft Power Works. *SSRN Electronic Journal*, 1–20. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1466220>

- Vuving, A. (2019). The Logic of Attraction: Outline of a Theory of Soft Power. *SSRN Electronic Journal*, 1–50. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3637662>
- What Is Climate Change?* (2020). United Nations; United Nations. <https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>
- Wheeler, M. (2017). Celebrity diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace. *Routledge*, 2(1), 6–18.
- Widyawati, & Gunawan, A. (2023). *The Effect Of Celebrity Diplomacy: Preliminary Study On The Impact Of Climate Change Campaign By Blackpink Towards Blink Indonesia Community (Boi)*. 8(2), 196–205.
- Wright, K. A. M., & Rosamond, A. B. (2021). NATO's strategic narratives: Angelina Jolie and the alliance's celebrity and visual turn. *Review of International Studies*, 47(4), 443–466. <https://doi.org/10.1017/S0260210521000188>
- YG Entertainment. (2023). *2023 Sustainability Report*, 1–79.
- YG Entertainment. (2024). *YG Entertainment Sustainable Concert Report* , 1-87.
- YG Select*. (2022). YG Select. <https://en.ygselect.com>
- YouTube Users, Stats, Data, Trends, and More*. (2023). DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>