



Article Informations
Corresponding Email:
todaysabby@gmail.com

Received: 22/08/2024; Accepted:
07/02/2025; Published: 07/02/2025

DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN KE INDONESIA PADA TAHUN 2017 – 2022

Abigail Ruth Prikila

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran grup K-pop Blackpink dalam diplomasi publik Korea Selatan, dengan fokus pada dampaknya terhadap citra internasional negara tersebut serta efek ekonominya. Seiring dengan berkembangnya Korean Wave (Hallyu), Blackpink telah menjadi instrumen kunci dalam meningkatkan diplomasi budaya negara. Dengan berpartisipasi dalam kampanye internasional seperti promosi Korea Tourism Organization dan berbagai acara global, Blackpink berhasil menjembatani kesenjangan budaya dan menarik wisatawan internasional. Pengaruh grup ini meluas hingga memperbesar jejak budaya Korea Selatan di panggung global dan meningkatkan aktivitas ekonomi melalui pariwisata dan kolaborasi merek. Penelitian ini menyoroti bagaimana Blackpink menyumbang pada soft power Korea Selatan dan memperkuat posisinya dalam lanskap budaya dan ekonomi global.

Kata kunci: Korea Selatan, Blackpink, diplomasi publik, diplomasi budaya, K-POP.

Abstract

This study explores the role of the K-pop group Blackpink in South Korea's public diplomacy, focusing on its impact on the country's international image and its economic effects. As the Korean Wave (Hallyu) propels South Korea into the global spotlight, Blackpink has become a key instrument in enhancing the nation's cultural diplomacy. By participating in international campaigns, such as the Korea Tourism Organization's promotional efforts and various global events, Blackpink has effectively bridged cultural gaps and attracted international tourism. The group's influence extends to increasing South Korea's global cultural footprint and boosting economic activities through tourism and brand collaborations. This research highlights how Blackpink contributes to South Korea's soft power and reinforces its position in the global cultural and economic landscape.

Keywords: South Korea, Blackpink, public diplomacy, cultural diplomacy, K-POP.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini kita sudah memasuki era perkembangan industri 4.0 yang mana ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi. Untuk menyesuaikan perkembangan yang terjadi hadirlah juga yang bernama Industri kreatif, dimana digitalisasi dan bentuk fisik industri dipadupadankan dengan kreativitas sumber daya manusia yang menghasilkan ide dan juga karya, sehingga menjadi suatu produk yang dapat dipasarkan. Dari seluruh negara di dunia, yang cukup menarik perhatian dewasa ini adalah Korea Selatan. Dalam mengembangkan industri kreatifnya Korea selatan menyerahkan segalanya untuk dapat bersaing di dunia industri 4.0 ini, yang menjadi sorotan dan membuat industri Korea Selatan meningkat saat ini merupakan Industri Musiknya. lainnya untuk merambah pasar internasional dengan lebih agresif.

Kesuksesan Korea Selatan dalam mengembangkan Industri musiknya tak hanya berhenti pada promosi budaya KPOP saja, Korea Selatan pun mulai percaya diri dengan mengirimkan grup-grup idola nya sebagai perwakilannya dalam agenda agenda politik, sebagai beberapa contoh berikut; Korea Tourism Organization menunjuk grup KPOP yaitu EXO sebagai Duta Kehormatan Pariwisata Korea 2018 untuk menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung internasional. Lalu ada grup KPOP BTS sebagai utusan khusus Korea Selatan dalam sidang Majelis Umum Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) dimana BTS dihadirkan oleh UNICEF yang sedang mengkampanyekan “Generation Unlimited”, Selain grup pria yang tak kalah menarik adalah grup KPOP wanita yaitu Blackpink. Blackpink ditunjuk sebagai duta COP26 (Konferensi Perubahan Iklim PBB), selain itu masih dalam tahun yang sama Blackpink juga ditunjuk sebagai UN’s Newest Sustainable Development Goals advocates yang dimana termasuk para pemimpin global seperti Perdana Menteri, Presiden, dan Ratu dari seluruh dunia, bersama dengan artis terkenal lainnya. Blackpink diharapkan dapat mempromosikan pentingnya mencapai tujuan UN SDGs bersama mereka, dan mendorong orang untuk mengambil bagian dalam gerakan tersebut.

Di Indonesia, Blackpink memiliki basis penggemar yang besar dan fanatik. Lagu-lagu mereka sering terdengar di radio, televisi, dan platform

media sosial. Setiap perilisan musik atau aktivitas Blackpink selalu menjadi perhatian utama bagi penggemar di Indonesia, yang dengan antusias mengikuti setiap langkah mereka. Keberhasilan Blackpink dalam menembus pasar musik Indonesia telah membantu memperkuat citra Korean Wave di negara tersebut. Salah satu faktor utama yang membuat Blackpink begitu populer di Indonesia adalah musik mereka yang beragam dan dapat menjangkau berbagai kalangan. Peran Blackpink sebagai instrumen diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia sangatlah mencolok dan berdampak luas. Melalui berbagai aktivitas, mulai dari konser hingga menjadi brand ambassador, mereka telah menjadi simbol hubungan erat antara Korea Selatan dan Indonesia. Tidak hanya dari segi ekonomi, kehadiran Blackpink juga berdampak pada sektor pariwisata Indonesia. Banyak penggemar yang melakukan perjalanan ke Indonesia khusus untuk menghadiri konser atau acara promosi yang melibatkan Blackpink.

Penelitian ini sejalan dengan kajian sebelumnya yaitu, "Soft Power Sebagai Instrumen Peningkatan Ekonomi Korea Selatan: Popularitas Bangtan Sonyeondan (BTS) Tahun 2018-2020". Karya Tulis ini ditulis oleh I Gusti Ayu Indah Lestari, Sukma Sushanti, Anak Agung Ayu Intan Parameswari. Dalam tulisan ini menjelaskan bahwa Korea Selatan menggunakan budaya populer Korean wave atau hallyu sebagai bentuk soft power. penelitian ini membahas lebih lanjut mengenai grup Kpop yaitu BTS, bagaimana fenomena popularitas BTS berpengaruh dalam peningkatan ekonomi Korea Selatan. Berawal dari ketertarikan masyarakat internasional terhadap BTS, berkembang menjadi ketertarikan terhadap budaya populer di Korea Selatan, mulai dari budaya populer produk yang diproduksi Korea Selatan hingga dapat meningkatkan Nation Branding Korea Selatan. Pada akhirnya akibat fenomena popularitas BTS ini akhirnya dimanfaatkan sebagai perpanjangan tangan pemerintah di dunia internasional.

Adapun penelitian lainnya yang relevan dengan pembahasan dalam penelitian ini yaitu penelitian dengan judul "Diplomasi Kpop Sebagai Kebijakan Luar Negeri Korea Selatan Terhadap Indonesia." Karya Tulis ini ditulis oleh Aji Adira Fadia Putri Padmo , Achbil Khumaini , Adityamas Perdana , Muhammad Aria Senna. Pada jurnal ini Sesuai dengan judulnya

penelitian ini berfokus dalam pengenalan dan bagaimana menganalisis kepentingan diplomasi budaya KPOP terhadap hubungan kerjasama Korea Selatan dan Indonesia, karena budaya Korean wave atau hallyu yang sangat pesat di Indonesia dan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam hubungan bilateral antara Indonesia – Korea Selatan. Selain itu dalam penelitian ini juga menjelaskan bagaimana Korea selatan memiliki peluang besar dari segala aspek karena ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya KPOP.

Karena pengaruh yang cukup signifikan Korea Selatan pun menjadikan BTS sebagai instrument negara yang dibahas dalam penelitian lainnya yang berjudul “Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan.” yang ditulis oleh Ayu Rezky Safaat, Farahdiba Rahma Bachtiar, Nur Aliyah Zainal. Hampir sama dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus kepada grup Kpop yaitu BTS yang berhasil menjadi salah satu manifestasi Hallyu yang paling sukses. Kemudian kesuksesan BTS memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perkembangan ekonomi, politik hingga kebudayaan Korea Selatan. Seperti yang telah disebutkan dalam penelitian ini membahas bagaimana pemerintah Korea Selatan menjadikan BTS sebagai instrumen dalam melakukan politik luar negeri dalam membangun *Nation Branding*.

Dari Pembahasan Latar Belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang peran industri KPOP Blackpink dalam diplomasi public khususnya diplomasi budaya Korea Selatan yang memiliki relevansi yang sangat penting dalam konteks Hubungan Internasional. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang dampak dan tantangan yang dihadapi oleh industri kreatif Korea Selatan, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam merumuskan kebijakan luar negeri dan strategi diplomasi publik bagi negara-negara yang ingin memanfaatkan potensi *soft power* mereka dalam kancah internasional. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai signifikan dalam mengungkapkan dinamika hubungan internasional kontemporer dan dalam merespon tuntutan globalisasi budaya serta menjaga keaslian budaya dalam era digital ini.

2. GAMBARAN UMUM MENGENAI DIPLOMASI PUBLIK DI KOREA SELATAN

Diplomasi publik merupakan sebuah alat yang digunakan oleh suatu negara untuk mempengaruhi kehendak negara lain dengan cara yang baik, seperti yang diungkapkan oleh Jan Mellisen. Hal ini menyiratkan bahwa diplomasi publik digunakan untuk mempromosikan kepentingan nasional atau mendukung agenda tertentu melalui pemahaman, informasi, dan pengaruh terbuka di luar negeri. Ini mencakup berbagai upaya untuk membangun citra positif tentang negara tersebut di mata masyarakat internasional.

Menurut Tara Wardani dalam jurnalnya tentang diplomasi publik dan soft power, diplomasi publik juga dilihat sebagai salah satu instrumen dari kekuatan lunak. Ini menegaskan bahwa diplomasi publik tidak hanya tentang pengaruh politik, tetapi juga tentang penggunaan daya tarik, kebudayaan, dan nilai-nilai untuk memengaruhi sikap dan perilaku negara lain. Konsep ini diperkuat oleh pandangan Joseph Nye dalam jurnalnya tentang diplomasi publik dan soft power, di mana ia menjelaskan bahwa soft power adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara yang tidak melibatkan kekerasan, tetapi dengan menggunakan daya tarik atau kekuatan persuasif.

Dalam memahami perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional, ada beberapa poin penting yang perlu diperhatikan. Pertama, diplomasi publik cenderung lebih transparan dan memiliki jangkauan yang lebih luas daripada diplomasi tradisional, yang seringkali tertutup dan memiliki jangkauan terbatas. Ini berarti diplomasi publik lebih terbuka untuk melibatkan masyarakat umum dan berbagai pemangku kepentingan dalam upaya diplomatisnya. Kedua, diplomasi publik seringkali melibatkan komunikasi langsung antara pemerintah dan masyarakat atau pemerintah negara lain, sementara diplomasi tradisional lebih fokus pada interaksi antara pemerintah secara langsung. Ketiga, sementara diplomasi tradisional lebih menekankan pada isu-isu kebijakan dan perilaku pemerintah, diplomasi

publik lebih fokus pada sikap dan perilaku masyarakat umum serta cara untuk mempengaruhinya.

Dengan demikian, diplomasi publik memainkan peran yang penting dalam hubungan internasional, memungkinkan negara-negara untuk mempromosikan kepentingan mereka dan memengaruhi opini dan perilaku masyarakat internasional melalui komunikasi terbuka, nilai-nilai budaya, dan kekuatan persuasif. Ini merupakan bagian integral dari strategi diplomasi suatu negara dalam membangun citra positif, memperluas pengaruhnya, dan mencapai tujuan-tujuan politik dan ekonominya di tingkat global.

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis tujuan diplomasi publik serta pencapaian yang ingin diraih melalui indikator dari Mark Leonard diantaranya:

2.1 Pengenalan

Diplomasi Publik merupakan upaya untuk menjadikan daya tarik dari masyarakat di negara lain terhadap negara yang menjalankan diplomasi tersebut. Oleh sebab itu, tahapan pertama yang digunakan untuk melihat kesuksesan dari diplomasi publik dengan menjadikan masyarakat tersebut adalah dengan mengenal negara yang sedang menjalankan diplomasi. Tahap pengenalan ini bertujuan untuk memberi kesempatan kepada masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap sebuah negara yang direpresentasikan melalui representasi gaya diplomasi publiknya. Dalam hubungannya dengan Indonesia, Korea Selatan berupaya untuk menarik perhatian dan minat masyarakat Indonesia dengan menunjukkan eksistensi mereka terhadap masyarakat Indonesia.

Salah satu bentuk dari kesuksesan diplomasi publik adalah negara tersebut mampu membuat negara sasaran dengan mudah mengingat keberadaan negara pelaku utama diplomasi publik. Pada praktek diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan yakni dengan upaya memperkenalkan citra Korea Selatan mulai dari kehidupan sehari-hari dan perkembangan ekonomi terhadap masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, teori liberalisme dan soft power menjadi relevan. Teori liberalisme menyoroti pentingnya kerjasama antar negara dan nilai-nilai demokrasi

dalam mencapai tujuan politik dan ekonomi mereka. Dalam konteks penelitian, dalam hal ini Korea Selatan menggunakan Blackpink sebagai instrumen diplomasi publik untuk mempromosikan budaya mereka dan meningkatkan citra positif negara.

Setelah tahap pengenalan dan mulai dikenal oleh masyarakat di negara sasaran, tahap selanjutnya dalam diplomasi publik adalah memberikan apresiasi positif dari masyarakat terhadap negara yang melaksanakan negara tersebut. Dalam hal ini negara sasaran tersebut adalah Indonesia. Melihat dengan banyaknya populasi masyarakat Indonesia yang besar, ini dijadikan peluang oleh Korea Selatan dalam menarik minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap negaranya. Sebuah apresiasi positif muncul ketika individu atau masyarakat menyukai semua hal tentang negara yang melaksanakan diplomasi publik tersebut.

Industri kreatif, terutama industri musik seperti KPOP, merupakan sumber daya utama dalam soft power Korea Selatan, Asumsi ini merujuk pada pemahaman bahwa Korea Selatan telah berhasil menggunakan industri kreatif, terutama melalui KPOP, sebagai alat untuk memperkuat citra dan pengaruhnya di tingkat global. Industri musik ini telah membantu Korea Selatan dalam memikat dan menarik minat masyarakat internasional, serta memperluas jangkauan budaya Korea. Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa konsep Soft Power sangat cocok Analisis fenomena K-Pop yang digunakan sebagai bagian dari diplomasi Korea Selatan ke Indonesia untuk manfaat ekonomi dan sosial budaya. Implementasi instrumen juga berarti bahwa pemerintah atau lembaga negara memiliki peran dalam diplomasi K-Pop sebagai bagian dari bidang hukum politik luar negeri negara. Perhatian harus diberikan untuk ini secara spesifik, keberadaan Soft Power tergantung pada bagaimana negara menjadi partisipan dalam hubungan tersebut Internasional dan sebagian dari kebijakan dalam instrumen ini dapat Menyediakan potensi untuk proses kerjasama antar negara. Konsep soft power juga menyoroti pentingnya budaya sebagai alat untuk mempengaruhi persepsi dan preferensi orang lain. Dalam kasus Korea Selatan, industri kreatif, khususnya KPOP, menjadi sumber daya soft power yang sangat penting. Melalui lagu-lagu,

video musik, dan penampilan panggung mereka, Blackpink tidak hanya menciptakan hiburan yang menarik, tetapi juga memperkenalkan aspek-aspek budaya Korea kepada audiens global . Dengan demikian, grup ini tidak hanya menjadi representasi dari budaya Korea, tetapi juga alat diplomasi yang efektif dalam mempromosikan citra positif negara mereka di tingkat internasional. Pengaruh soft power Blackpink dapat dilihat dari berbagai aspek. Pertama, grup ini telah menciptakan jutaan penggemar di seluruh dunia yang tidak hanya menikmati musik mereka, tetapi juga tertarik pada budaya dan gaya hidup Korea. Kedua, Blackpink sering kali menjadi duta budaya Korea Selatan dalam berbagai acara dan kampanye internasional, seperti menjadi duta COP26 dan UN's Newest Sustainable Development Goals advocates. Melalui partisipasi mereka dalam acara-acara ini, Blackpink membawa citra positif Korea Selatan dan nilai-nilai internasional seperti pembangunan berkelanjutan dan perubahan iklim.

Selain itu, Blackpink juga merupakan contoh konkret dari bagaimana industri kreatif Korea Selatan telah berhasil memanfaatkan soft power untuk mencapai tujuan diplomatik dan politik luar negeri. Dengan popularitas global mereka, Blackpink menjadi alat yang efektif bagi Korea Selatan dalam memperluas pengaruh budaya mereka, meningkatkan daya tarik pariwisata, dan memperkuat hubungan diplomatik dengan negara-negara lain. Dalam konteks ini, soft power Blackpink berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat hubungan antar negara dan mempromosikan nilai-nilai budaya Korea di tingkat internasional.

2.2 Meningkatkan Branding Korea Selatan

Kepentingan Korea Selatan terhadap industri kreatif mendorong penggunaan strategis Blackpink dalam diplomasi budaya. Dalam hal ini menegaskan bahwa Korea Selatan memiliki kepentingan yang besar dalam mempromosikan industri kreatifnya, dan Blackpink dianggap sebagai

salah satu alat utama untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui penempatan Blackpink dalam berbagai acara dan kampanye internasional, Korea Selatan berusaha memperluas jangkauan pengaruh budaya mereka. Korea Selatan telah menjadi salah satu pemain utama dalam memperluas budaya mereka di tingkat global melalui industri kreatif dan diplomasi publik. Dengan industri musik seperti KPOP dan popularitas internasional grup seperti Blackpink, Korea Selatan telah berhasil mengukir citra positif dan menarik minat masyarakat dunia terhadap budaya mereka. Artikel ini akan mengeksplorasi bagaimana Korea Selatan menggunakan industri kreatif dan diplomasi publik untuk memperluas pengaruh budaya mereka di seluruh dunia.

Artis KPOP sering kali menjadi duta budaya negara mereka dan memperkenalkan aspek-aspek budaya Korea kepada audiens global melalui karya-karya mereka. Misalnya, grup seperti Blackpink tidak hanya memperkenalkan musik mereka, tetapi juga bahasa, tradisi, dan gaya hidup Korea kepada penggemar di seluruh dunia.

Sebagai salah satu grup musik terkemuka dalam industri KPOP, Blackpink telah memainkan peran kunci dalam diplomasi publik Korea Selatan. Mereka bukan hanya menjadi ikon dari industri musik Korea Selatan, tetapi juga duta budaya yang diakui secara luas. Partisipasi mereka dalam berbagai acara dan kampanye internasional telah membantu mempromosikan budaya Korea Selatan di tingkat global. Blackpink sering kali diundang untuk tampil dalam acara-acara besar dan menjadi wajah Korea Selatan dalam forum internasional. Sebagai contoh, mereka menjadi duta COP26 dan UN's Newest Sustainable Development Goals advocates, di mana mereka tidak hanya membawakan penampilan panggung, tetapi juga menyuarakan dukungan mereka terhadap isu-isu global seperti perubahan iklim dan pembangunan berkelanjutan.

Blackpink telah memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas budaya Korea Selatan di tingkat global melalui kehadiran mereka dalam industri musik dan partisipasi mereka dalam berbagai acara internasional. Berikut beberapa dampak positif yang dihasilkan oleh Blackpink dalam diplomasi publik Korea Selatan:

a. Peningkatan Minat terhadap Budaya Korea:

Melalui musik dan penampilan mereka, Blackpink telah meningkatkan minat masyarakat internasional terhadap budaya Korea, termasuk bahasa, makanan, mode, dan tradisi.

b. Pembangunan Citra Positif Korea Selatan:

Sebagai duta budaya, Blackpink telah membantu mempromosikan citra positif Korea Selatan di mata dunia dengan menampilkan keindahan budaya dan kreativitas negara mereka.

c. Memperluas Pengaruh Budaya Korea:

Blackpink telah membantu memperluas pengaruh budaya Korea di berbagai belahan dunia dengan menjadi ikon dari industri musik KPOP yang berkembang pesat.

d. Menjadi Sarana Diplomasi yang Efektif:

Partisipasi Blackpink dalam berbagai acara internasional telah membuktikan bahwa mereka bukan hanya artis, tetapi juga alat diplomasi yang efektif bagi Korea Selatan dalam mempromosikan kepentingan nasional mereka.

2.3 Diplomasi Korea Selatan ke Indonesia Tahun 2017 – 2022

Korea Selatan telah lama dikenal dengan strategi diplomasi publiknya yang memanfaatkan kekuatan budaya pop untuk mempromosikan citra negara. Salah satu instrumen yang sangat efektif dalam beberapa tahun terakhir adalah grup musik K-pop Blackpink. Pada tahun 2018, *Korea Tourism Organization* (KTO) mengangkat Blackpink sebagai duta pariwisata dalam upaya meningkatkan daya tarik pariwisata Korea Selatan di kalangan wisatawan internasional, termasuk Indonesia. Keputusan ini didasarkan pada popularitas global Blackpink, terutama di negara-negara yang memiliki ketertarikan kuat terhadap budaya Korea, seperti Indonesia.

Kampanye promosi pariwisata yang melibatkan Blackpink adalah bagian dari strategi yang lebih luas untuk memperkenalkan berbagai aspek Korea Selatan kepada dunia. Blackpink tidak hanya dipilih karena popularitas mereka, tetapi juga karena mereka mewakili citra modern, dinamis, dan global yang ingin ditampilkan oleh Korea Selatan. Melalui peran

mereka sebagai duta pariwisata, Blackpink tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga membantu mengubah persepsi global tentang Korea Selatan dari negara yang tradisional menjadi destinasi yang modern dan menarik.

2.3.1 Blackpink sebagai Duta Pariwisata Korea Selatan

Salah satu kampanye besar yang melibatkan Blackpink adalah kampanye "Imagine Your Korea". Dalam kampanye ini, anggota Blackpink tampil dalam berbagai iklan dan video promosi yang menyoroti berbagai destinasi wisata utama di Korea Selatan, seperti Seoul, Pulau Jeju, dan Gyeongju. Video-video ini tidak hanya disebar di Korea tetapi juga di berbagai negara, termasuk Indonesia, melalui platform digital seperti YouTube dan media sosial. Kampanye ini sukses besar, dengan jumlah wisatawan yang meningkat secara signifikan setelah peluncurannya.

Kehadiran Blackpink dalam kampanye ini sangat efektif, terutama di Indonesia, di mana mereka memiliki basis penggemar yang besar. Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh *Korean Tourism Organization*, terungkap bahwa banyak wisatawan Indonesia yang mengaku tertarik untuk mengunjungi Korea Selatan setelah melihat kampanye promosi yang melibatkan Blackpink. Hal ini menunjukkan bahwa Blackpink tidak hanya sukses sebagai artis musik tetapi juga sebagai duta budaya yang efektif.

2.3.2 Dampak Kehadiran Blackpink di Acara Budaya Internasional

Kehadiran Blackpink di berbagai acara budaya internasional juga memiliki dampak signifikan dalam memperluas pengetahuan dan apresiasi terhadap budaya Korea Selatan, khususnya di Indonesia. Blackpink secara rutin diundang untuk tampil di acara-acara besar seperti festival musik internasional, konser global, dan konferensi budaya. Penampilan mereka di acara-acara ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi musik K-pop tetapi juga sebagai alat untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan kepada audiens global.

Salah satu contoh yang paling menonjol adalah penampilan Blackpink di Coachella 2019, sebuah festival musik besar yang diadakan di Amerika Serikat dan dihadiri oleh penggemar musik dari seluruh dunia. Penampilan

mereka di festival ini tidak hanya menciptakan gelombang besar di media sosial tetapi juga memperkenalkan musik K-pop dan budaya Korea Selatan kepada audiens yang lebih luas. Di Indonesia, penampilan ini diikuti dengan antusiasme besar oleh penggemar K-pop, yang semakin memperkuat hubungan budaya antara Indonesia dan Korea Selatan. Selain Coachella, Blackpink juga tampil di berbagai acara internasional lainnya seperti Tokyo Dome dan konser-konser global lainnya yang disiarkan secara live ke seluruh dunia. Penampilan mereka di acara-acara ini tidak hanya menarik perhatian penggemar tetapi juga media internasional, yang secara tidak langsung membantu mempromosikan budaya Korea Selatan. Di Indonesia, acara-acara ini sering menjadi topik hangat di media sosial dan liputan berita, yang semakin memperkuat minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea.

Kehadiran Blackpink di acara-acara ini juga membantu memperluas jangkauan diplomasi budaya Korea Selatan. Dengan tampil di berbagai negara, termasuk di negara-negara Barat, Blackpink membantu memperkenalkan budaya Korea kepada audiens yang lebih luas, yang pada gilirannya membantu memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang kaya akan budaya dan inovasi. Di Indonesia, ini diterjemahkan ke dalam peningkatan minat terhadap berbagai aspek budaya Korea, seperti makanan, fashion, dan hiburan

Selain itu, kehadiran Blackpink di acara-acara budaya internasional juga memiliki dampak positif pada hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan negara-negara lain, termasuk Indonesia. Penampilan mereka sering kali dianggap sebagai simbol dari kerjasama budaya antara Korea Selatan dan negara-negara tersebut. Di Indonesia, misalnya, konser-konser dan penampilan internasional Blackpink sering dihadiri oleh tokoh-tokoh penting, termasuk dari pemerintah dan industri, yang membantu memperkuat hubungan antara kedua negara.

Di Indonesia, dampak dari kehadiran Blackpink di acara-acara ini terlihat dari peningkatan jumlah acara-acara budaya Korea yang diadakan di Indonesia. Konser-konser K-pop, festival makanan Korea, dan acara budaya lainnya semakin sering diadakan di Indonesia, dengan Blackpink sering menjadi daya tarik utama. Acara-acara ini tidak hanya menarik ribuan

penggemar tetapi juga membantu memperkuat hubungan budaya antara Korea Selatan dan Indonesia.

2.3.3 Kolaborasi dengan Merek-Merek Korea Selatan

Kolaborasi antara Blackpink dengan merek-merek Korea Selatan merupakan bagian penting dari strategi diplomasi publik digital Korea Selatan. Melalui kolaborasi ini, Blackpink tidak hanya berperan sebagai duta merek tetapi juga sebagai perwakilan budaya Korea Selatan, yang membantu memperkuat identitas dan citra Korea di mata dunia .

Salah satu contoh kolaborasi yang sangat sukses adalah antara Blackpink dan Samsung. Dalam kampanye untuk produk-produk Galaxy, Blackpink tampil sebagai wajah utama dalam berbagai iklan dan konten promosi. Iklan-iklan ini tidak hanya ditayangkan di Korea Selatan tetapi juga di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penggemar Blackpink di Indonesia merespons dengan sangat antusias, yang tidak hanya meningkatkan penjualan produk tetapi juga memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara dengan teknologi canggih dan inovatif.

Selain Samsung, Blackpink juga bekerja sama dengan merek-merek Korea lainnya seperti LG dan Hyundai. Kolaborasi ini biasanya melibatkan produksi iklan dan kampanye promosi yang menampilkan anggota Blackpink menggunakan atau mengendors produk-produk Korea. Dengan popularitas mereka yang luar biasa, Blackpink mampu menarik perhatian konsumen muda, yang sering kali tertarik untuk membeli produk-produk tersebut karena pengaruh dari idola mereka.

Kolaborasi dengan merek-merek Korea Selatan juga membantu mempromosikan industri kreatif Korea secara keseluruhan. Misalnya, ketika Blackpink bekerja sama dengan merek-merek fashion atau kosmetik Korea, mereka tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga gaya hidup dan tren mode Korea. Ini membantu memperluas pengaruh budaya Korea di luar musik, mencakup aspek-aspek seperti fashion dan kecantikan, yang semakin populer di kalangan konsumen internasional, termasuk di Indonesia.

2.3.4 Pengaruh Blackpink dalam Pariwisata dan Perdagangan

Selain kontribusi besar mereka terhadap citra dan industri hiburan Korea Selatan, Blackpink juga memiliki dampak yang signifikan dalam sektor pariwisata dan perdagangan. Kehadiran mereka sebagai ikon budaya tidak hanya menarik perhatian global terhadap Korea Selatan tetapi juga mendorong peningkatan aktivitas ekonomi melalui pariwisata dan perdagangan.

Salah satu cara utama Blackpink mempengaruhi sektor pariwisata adalah melalui promosi destinasi wisata Korea Selatan. Sebagai duta pariwisata, Blackpink sering kali menampilkan tempat-tempat ikonik Korea dalam video musik mereka atau dalam konten media sosial mereka. Hal ini mendorong penggemar mereka, baik di Korea maupun di luar negeri, untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Contoh yang jelas adalah popularitas tempat-tempat seperti Seoul, Pulau Jeju, dan kawasan budaya tradisional di Korea yang semakin meningkat setelah ditampilkan dalam kampanye promosi pariwisata yang melibatkan Blackpink.

Selain destinasi wisata umum, lokasi-lokasi yang memiliki keterkaitan dengan Blackpink, seperti kafe atau restoran yang sering dikunjungi oleh anggota grup, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Fenomena ini dikenal sebagai "K-pop tourism", di mana penggemar K-pop mengunjungi Korea Selatan untuk merasakan secara langsung tempat-tempat yang berkaitan dengan idola mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan pariwisata tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara penggemar dan budaya Korea.

Dampak ini sangat terasa di Indonesia, di mana K-pop memiliki basis penggemar yang sangat besar. Banyak wisatawan Indonesia yang datang ke Korea Selatan dengan tujuan utama untuk mengunjungi tempat-tempat yang berkaitan dengan Blackpink. Ini menciptakan aliran wisatawan yang stabil dari Indonesia ke Korea Selatan, yang pada gilirannya mendorong peningkatan pendapatan di sektor pariwisata. Selain itu, popularitas Blackpink juga mendorong munculnya paket-paket wisata yang dirancang khusus untuk penggemar K-pop, yang mencakup kunjungan ke tempat-tempat ikonik serta pengalaman budaya Korea.

Di sisi perdagangan, pengaruh Blackpink juga sangat kuat. Mereka sering kali menjadi wajah dari berbagai merek Korea Selatan, termasuk produk kosmetik, fashion, dan teknologi. Setiap kali Blackpink berkolaborasi dengan sebuah merek, produk tersebut biasanya mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, terutama di pasar internasional seperti Indonesia. Blackpink sudah dipercaya menjadi brand ambassador merek terkenal dunia seperti Chanel, Dior, Yves Saint Laurent, Celine, Adidas, Olens, dan Bvlgari. Produk-produk tersebut sering kali terjual habis dalam waktu singkat, berkat promosi yang dilakukan oleh anggota Blackpink melalui media sosial dan iklan.

Sejak Blackpink menjadi fenomena global, jumlah wisatawan ke Korea Selatan meningkat secara signifikan. Dilansir resmi oleh *Korean Tourism Organization* pada tahun 2017, jumlah wisatawan mencapai 13.335.758, dan angka ini terus meningkat hingga mencapai 17.502.756 pada tahun 2019. Peningkatan ini sebagian besar didorong oleh daya tarik Hallyu, termasuk musik, drama, dan tentu saja K-pop, dengan Blackpink sebagai salah satu bintang utamanya. Blackpink membantu mempromosikan destinasi wisata Korea Selatan kepada jutaan penggemar mereka. Video musik dan konten media sosial mereka sering kali menampilkan pemandangan indah dari Korea Selatan, yang kemudian menjadi inspirasi bagi penggemar untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Misalnya, ketika Blackpink merilis video musik yang menampilkan tempat-tempat ikonik di Korea, tempat-tempat tersebut sering kali mengalami lonjakan pengunjung setelah video tersebut menjadi viral.

3. KESIMPULAN

Blackpink telah berperan sebagai instrumen penting dalam diplomasi publik Korea Selatan. Grup musik ini tidak hanya sukses dalam industri hiburan, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam memperkuat citra Korea Selatan di mata internasional, termasuk di Indonesia. Melalui berbagai aktivitas, seperti konser, kolaborasi dengan merek-merek ternama, serta partisipasi dalam kampanye pariwisata, Blackpink telah membantu memperluas pengaruh budaya Korea Selatan di luar negeri. Keberhasilan

Blackpink dalam kancah internasional tidak hanya mencerminkan kemajuan dalam industri musik Korea Selatan, tetapi juga memperkuat citra negara tersebut sebagai pusat industri hiburan yang dinamis dan inovatif. Blackpink telah berhasil membawa musik K-pop dan budaya Korea ke audiens global, yang pada gilirannya meningkatkan minat terhadap berbagai aspek budaya Korea lainnya, seperti fashion, makanan, dan pariwisata. Blackpink juga berperan dalam peningkatan aktivitas ekonomi, terutama di sektor pariwisata dan perdagangan. Melalui promosi destinasi wisata dan produk-produk Korea Selatan, Blackpink telah mendorong peningkatan jumlah wisatawan dan penjualan produk di pasar internasional, termasuk di Indonesia. Fenomena "K-pop tourism" dan kolaborasi dengan merek-merek Korea Selatan membuktikan bahwa budaya pop dapat menjadi alat diplomasi yang efektif dalam mempromosikan produk dan destinasi Korea Selatan di kancah internasional. Media sosial menjadi salah satu alat yang sangat efektif bagi Blackpink dalam menjangkau audiens global. Dengan popularitasnya yang luar biasa di platform-platform seperti Instagram, YouTube, dan Twitter, Blackpink telah berhasil memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan budaya Korea Selatan dan memperkuat citra positif negara tersebut di mata dunia.

REFERENSI

Adira Fadia Putri Padmo, A., Khumaini, A., Perdana, A., & Senna, M. A. (2020). *Diplomasi Kpop Sebagai Kebijakan Luar Negeri Korea Selatan Terhadap Indonesia*.

Anholt, Simon. (2000). *The nation as brand. Accross the board*, 37(10).

Collins, 2018. *Collins English Dictionary-Complete and Unabridged*. 13th ed. United Kingdom: HerperCollins Publisher.

Dinda Yamita Setyowati. (2013). *Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Meningkatkan Jumlah Visitor Arrivals*. (Skripsi, Upn "Veteran" Jawa Timur).

Dzakkiyah Nisrina, Incka Aprillia Widodo, Indah Bunga Larassari, & Fikri Rahmaji. (2020). *Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang*. Vol. 21 No. 1, hlm. 83.

Lee, Y.L., Jung, M., Nathan, R.J., & Chung, J.E. (2020, July). *Cross-National Study on the Perception of the Korean Wave and Cultural Hybridity in Indonesia and Malaysia Using Discourse on Social Media*. Licensee MDPI, Basel, Switzerland.

Lin Lintaro. (2019, November 29). *Why Korea Is More Than Just K-Pop In Indonesia*. Retrieved March 13, 2023, from *Why Korea Is More Than Just K-Pop In Indonesia - All Asia Affairs*.

Ma'mun, A. S. (2014, April 29). *Diplomasi Publik Dalam Membangun Citra Negara*. Diambil kembali dari esaunggul.ac.id.

Melissen, Jan. (2005). *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. *Studies in Diplomacy and International Relations*. Palgrave Macmillan, *Training for Public Diplomacy: an Evolutionary Perspective*, 196-209.

Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power – The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.

Ramsey, Ade M. (2018). *Internasionalisasi Budaya Industri Kreatif: Studi Komparasi Cool Japan dan Korean Wave*. *Artikel Hubungan Internasional*.

Republic of Korea Ministry of Foreign Affairs. "Public Diplomacy Act."
Diakses pada tanggal 11 April 2024, dari
http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do.

Royce Singleton, Jr, Bruce C. Straits, Margaret M. Straits and Ronald J. McAllister. (1988). *Approaches to Social Research*. New York: Oxford University Press, hlm. 28-37.

Safaat, A. R., Bachtiar, F. R., & Zainal, N. A. (Tidak Diketahui). *Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan*.

Suryani, Ni Putu Elvina. (2014). *Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan*. Universitas Indonesia, hlm. 79.

Tolchah, Moch. (2008). *Pendidikan dan faham liberalisme*. *At-Ta'dib*, 3(2).

Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, hlm. 16.