

**UPAYA PRESIDEN MOON JAE IN DALAM MEMANFAATKAN GRUP MUSIK
BTS SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER KOREA SELATAN (2020-2022)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

Safira Tazkia Dhiya Alhusna

18323045

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

**UPAYA PRESIDEN MOON JAE IN DALAM MEMANFAATKAN GRUP MUSIK
BTS SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER KOREA SELATAN (2020-2022)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

SAFIRA TAZKIA DHIYA ALHUSNA

18323045

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Upaya Presiden Moon Jae In dalam Memanfaatkan Grup Musik BTS sebagai Instrumen Soft Power Korea Selatan (2020-2022)

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal
13 Juni 2025

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Ketua Program Studi



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karina'.

Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

1. Rizki Dian Nursita, S.IP., M.H.I.
2. Hadza Min Fadhli Robby, S.IP., M.Sc.
3. Hasbi Aswar, S.IP., M.A., Ph.D.

Tanda Tangan

Three handwritten signatures in black ink, corresponding to the three members of the exam board listed on the left.

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 13 Juni 2025



Safira Tazkia Dhiya Alhusna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Cakupan Penelitian	6
1.5 Tinjauan Pustaka.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Argumen Sementara	14
1.8 Metode Penelitian	15
1.8.1 Jenis Penelitian	15
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian	15
1.8.3 Metode Pengumpulan Data	15
1.8.4 Proses Penelitian.....	15
1.9 Sistematika Pembahasan.....	16
BAB 2 POLITIK LUAR NEGERI KOREA SELATAN DAN PENGARUH BTS ...	18
2.1 Politik Luar Negeri Korea Selatan di Era Moon Jae In	18
2.1.1 Prioritas Soft Power dalam Diplomasi Moon Jae In	20
2.1.2 Perbedaan Moon Jae In dengan Presiden Sebelumnya	22
2.1 Soft Power Korea Selatan dan Hallyu	23

2.3	Signifikansi BTS terhadap Politik Luar Negeri Korea Selatan	25
BAB 3 ANALISIS PERAN GRUP MUSIK BTS SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER KOREA SELATAN PADA ERA PRESIDEN MOON JAE IN		29
3.1	<i>Agenda Setting</i>	29
3.2	<i>Attraction</i>	36
3.2.1	Culture	39
3.2.2	Political Values.....	40
3.2.3	Policy.....	42
3.3	<i>Co-opt</i>	44
3.3.1	Political Engagement.....	45
3.3.2	Fandom Engagement (ARMY)	46
BAB 4		48
4.1	Kesimpulan	48
4.2	Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52

DAFTAR TABEL

Tabel 1: <i>Spectrum of Behavior</i> dalam <i>Soft Power</i>	13
Tabel 2. Upaya Korea Selatan dalam <i>Agenda Setting</i>	35

ABSTRAK

Citra internasional Korea Selatan sebagian besar ditentukan oleh perkembangan ekonominya yang pesat, kemajuan teknologi, dan gelombang awal Hallyu, yang sebagian besar didorong oleh K-drama. Salah satu komponen Hallyu yang paling berpengaruh adalah K-pop, yang telah memperoleh popularitas luas melalui grup idola. Sementara artis K-pop pendahulu berjuang untuk menembus pasar Barat, BTS muncul sebagai fenomena global dimana Korea Selatan memperoleh pengakuan budaya yang lebih luas di seluruh dunia, dengan peningkatan pariwisata, meningkatnya minat global terhadap bahasa dan tradisi Korea, dan kehadiran yang lebih kuat dalam diplomasi internasional melalui inisiatif diplomasi budaya. Studi ini mengeksplorasi peran BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan dengan menganalisis pengaruh global, diplomasi budaya, dan dampaknya terhadap citra internasional negara tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan sumber data sekunder, penelitian ini mengkaji bagaimana BTS telah terintegrasi secara strategis ke dalam inisiatif diplomasi budaya Korea Selatan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa BTS memainkan peran penting dalam mempromosikan budaya Korea di seluruh dunia, memperkuat reputasi Korea Selatan, dan membina hubungan diplomatik melalui musik, filantropi, dan keterlibatan global, seperti pidato mereka di Sidang Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa. Kontribusi mereka menunjukkan semakin pentingnya *soft power* melalui budaya dalam hubungan internasional dan menjadikan BTS sebagai tokoh utama dalam pengaruh global Korea Selatan.

Kata-kata kunci: Hallyu, *Soft Power*, BTS, Korea Selatan, Moon Jae In

ABSTRACT

South Korea's international image was largely defined by its rapid economic development, technological advancements, and the early waves of Hallyu, mainly driven by K-dramas. One of the most influential components of Hallyu is K-pop, which has gained widespread popularity through idol groups. While earlier K-pop artists struggled to break into Western markets, BTS emerged as a global phenomenon, leading to South Korea gaining broader cultural recognition worldwide, with increased tourism, growing global interest in the Korean language and traditions, and a stronger presence in international diplomacy through cultural diplomacy initiatives. This study explores the role of BTS as an instrument of South Korea's soft power by analyzing their global influence, cultural diplomacy, and impact on the country's international image. Using a qualitative approach based on secondary data sources, this research examines how BTS has been strategically integrated into South Korea's cultural diplomacy initiatives. The findings suggest that BTS played a crucial role in promoting Korean culture worldwide, strengthening South Korea's reputation, and fostering diplomatic relations through music, philanthropy, and global engagements, such as their speech at the United Nations General Assembly. Their contributions demonstrate the growing significance of cultural soft power in international relations and establish BTS as a key figure in South Korea's global influence.

Keywords: *Hallyu, Soft Power, BTS, South Korea, Moon Jae In*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2020 menandai titik balik utama dalam lanskap urusan global. wabah pandemi COVID-19 tidak hanya memicu krisis kesehatan global tetapi juga secara mendasar mengubah cara negara berinteraksi satu sama lain (World Health Organization 2020). Salah satu dampak paling langsung dari pandemi adalah perubahan dramatis dari diplomasi fisik, seperti kunjungan bilateral dan pertemuan tingkat tinggi internasional besar, menjadi diplomasi digital yang dilakukan secara daring (Swajaya 2020). Perubahan ini menciptakan tantangan sekaligus peluang: bagaimana negara dapat terus memproyeksikan pengaruh dan mempertahankan keterlibatan global ketika instrumen konvensional tidak lagi layak?

Bagi Korea Selatan, negara yang telah berinvestasi besar dalam diplomasi *soft power* selama beberapa dekade (J. S. Nye 2004), gangguan global ini telah menjadi peluang untuk beradaptasi dan berinovasi. Sejak awal tahun 2000-an, Korea Selatan telah mendapatkan pengakuan internasional melalui Hallyu, atau Gelombang Korea, popularitas global budaya Korea, khususnya dalam bentuk K-pop, drama televisi, dan film. Hallyu menjadi landasan strategi *soft power* Korea Selatan, yang memungkinkan negara tersebut untuk memberikan pengaruh bukan melalui paksaan militer atau ekonomi, tetapi melalui daya tarik budaya dan nilai-nilai bersama (Nye and Kim 2019). Di bawah pemerintahan Presiden Moon Jae In

(2017–2022), diplomasi budaya ini mencapai puncaknya, khususnya melalui penempatan strategis BTS, salah satu grup K-pop paling berpengaruh di dunia, sebagai aset diplomatik.

Pada tahun 2020, kondisi global yang dipicu oleh pandemi COVID-19 memberikan konteks di mana peran BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan menjadi sangat menonjol. Ketika dunia beralih ke platform digital untuk komunikasi, hiburan, dan wacana global, BTS muncul sebagai aktor yang sangat kuat. Pengaruh mereka pada media sosial dan platform daring global memberi Korea Selatan alat untuk mempertahankan kehadiran internasionalnya dan melanjutkan upaya diplomasi publik di masa interaksi fisik yang terbatas.

Salah satu momen paling awal dan paling simbolis dari peran BTS yang semakin berkembang dalam *soft power* global adalah partisipasi mereka dalam “Dear Class of 2020”, acara wisuda virtual yang diselenggarakan oleh YouTube pada bulan Juni 2020. Acara tersebut menampilkan tokoh-tokoh global seperti mantan Presiden AS Barack Obama dan Ibu Negara Michelle Obama. BTS menyampaikan pesan penyemangat dan harapan kepada para lulusan di seluruh dunia, tidak hanya menunjukkan kemampuan mereka untuk terhubung dengan khalayak global secara emosional, tetapi juga kemampuan mereka untuk mewakili nilai-nilai ketahanan, inklusivitas, dan kebanggaan budaya. Meskipun ini bukan acara yang disponsori pemerintah, dampak global dari partisipasi BTS diakui dan diapresiasi oleh pemerintah Korea Selatan (Variety 2020). Ini menunjukkan bagaimana BTS dapat berbicara secara efektif di panggung

internasional dengan cara yang berdampak positif pada Korea Selatan secara keseluruhan.

Pada tahun yang sama, BTS menyampaikan pidato virtual di Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNGA) pada bulan September 2020 yang merupakan sebuah acara yang lebih formal dan mendapat dukungan dari pemerintah Korea Selatan (United Nations 2020). Partisipasi mereka dalam acara diplomatik tingkat tinggi ini menunjukkan pengakuan pemerintahan Moon terhadap BTS sebagai suara yang kredibel dan berpengaruh dalam diskusi global. Pidato mereka, yang membahas dampak psikologis pandemi terhadap kaum muda dan menyerukan solidaritas kolektif, tidak hanya menjadi momen kebanggaan budaya tetapi juga contoh nyata dari penetapan agenda—mengarahkan wacana internasional ke tema-tema yang selaras dengan nilai-nilai Korea Selatan.

Presiden Moon Jae In, yang dikenal karena sikap progresifnya dan minatnya yang besar dalam diplomasi budaya, memandang BTS lebih dari sekadar grup musik. Di bawah kepemimpinannya, BTS semakin dipandang sebagai aset nasional yang mampu memperkuat citra Korea Selatan di luar negeri dan membentuk persepsi internasional. Pada tahun 2021, pemerintahan meresmikan posisi ini dengan menunjuk BTS sebagai “Utusan Khusus Presiden untuk Generasi dan Budaya Masa Depan” (Oh and Lee 2021). Penunjukan ini menandai tonggak penting dalam pelebagaan Hallyu sebagai bagian dari kebijakan luar negeri Korea Selatan. Sebagai utusan, BTS berpartisipasi dalam berbagai acara internasional, tidak hanya mewakili budaya Korea tetapi juga mengadvokasi isu-isu seperti perubahan iklim, kesehatan mental, dan

pemberdayaan pemuda, yang selanjutnya memperkuat peran mereka sebagai salah satu instrumen diplomasi Korea Selatan.

Dalam konteks ini, pemilihan periode 2020–2022 untuk penelitian ini bersifat strategis dan bermakna. Tahun 2020 menjadi titik awal karena dua alasan utama: pertama, tahun ini menandai transisi global menuju diplomasi digital yang dipicu oleh pandemi, yang menciptakan lingkungan yang belum pernah terjadi sebelumnya di mana *influencer* digital seperti BTS dapat muncul sebagai tokoh sentral dalam dialog internasional; kedua, tahun ini menandai meningkatnya keterlibatan BTS dalam platform diplomatik global, terutama UNGA, dengan dukungan pemerintah yang nyata. Tahun 2022 dipilih sebagai titik akhir karena menandakan berakhirnya masa jabatan presiden Moon Jae In, yang memberikan batasan waktu yang jelas untuk menilai inisiatif dan kebijakan terkait *soft power* yang diterapkan selama pemerintahannya.

Penelitian ini memposisikan BTS tidak hanya sebagai ikon budaya, tetapi juga sebagai instrumen aktif dalam *agenda settings*, *attraction*, dan *co-opt* yang merupakan kerangka *spectrum of behavior* dari *soft power* yang digariskan oleh Joseph Nye. Daya tarik global BTS menjadikan mereka sumber daya tarik yang tak tertandingi, yang menarik perhatian pada nilai-nilai, budaya, dan inovasi Korea Selatan. Melalui dukungan pemerintah dan keterlibatan strategis, BTS membantu menetapkan agenda global dengan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial dan kemanusiaan utama. Terakhir, dengan menyelaraskan khalayak internasional, khususnya kaum muda, dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh

Korea Selatan, BTS menjadi alat kooptasi, membantu mengintegrasikan publik asing ke dalam narasi *soft power* Korea.

Yang membedakan pendekatan pemerintahan Moon Jae In adalah sinkronisasi strategis budaya, diplomasi, dan media digital untuk memproyeksikan pengaruh nasional. BTS tidak hanya dibiarkan berkembang secara independen; sebaliknya, popularitas mereka dimanfaatkan, dilembagakan, dan ditanamkan dalam strategi kebijakan luar negeri yang lebih luas. Dengan melakukan hal itu, pemerintahan Moon menunjukkan pemahaman modern tentang *soft power*, bukan sebagai ekspor budaya pasif, tetapi sebagai instrumen kebijakan terkoordinasi yang memadukan pengaruh non-negara dengan kepentingan nasional. Oleh karena itu, penelitian ini penting karena bertujuan untuk menganalisis metode, konteks, dan dampak upaya Presiden Moon Jae In dalam memanfaatkan BTS sebagai instrumen *soft power* dari tahun 2020 hingga 2022. Dengan berfokus pada periode ini, penelitian ini tidak hanya menyoroti evolusi diplomasi publik dalam menanggapi krisis global, tetapi juga berkontribusi pada diskusi yang lebih luas tentang bagaimana pemerintah dapat mengadaptasi diplomasi budaya untuk era digital. Lebih jauh, penelitian ini menawarkan wawasan tentang bagaimana Korean Wave, dan khususnya BTS, telah menjadi elemen penentu identitas internasional Korea Selatan dan kisah sukses *soft power*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul pertanyaan dari penulis tentang bagaimana upaya Presiden Moon Jae-in dalam memanfaatkan BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kebijakan dan strategi Pemerintahan Moon Jae In dalam memanfaatkan Hallyu, khususnya Grup Musik BTS, sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan.
2. Untuk mengidentifikasi mekanisme spesifik dan bentuk-bentuk implementasi bagaimana Grup Musik BTS digunakan sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan oleh Pemerintahan Moon Jae In (2020-2022).

1.4 Cakupan Penelitian

Cakupan penelitian ini berdasarkan dimulainya Pemerintah Korea Selatan di era Presiden Moon Jae In mulai memanfaatkan BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan secara resmi dari tahun 2020 yang merefleksikan peningkatan keterlibatan resmi BTS dalam agenda diplomatik global di tengah pergeseran diplomasi digital akibat pandemi COVID-19, hingga berakhirnya masa jabatan Moon Jae In pada tahun 2022.

1.5 Tinjauan Pustaka

Kajian terhadap *soft power* Korea Selatan melalui diplomasi publik terdapat pada tesis yang ditulis oleh David Alexandre Hjalmarsson yang

berjudul “South Korea’s Public Diplomacy: A Cultural Approach” dimana ia berpendapat bahwa kebijakan luar negeri pada saat ini tidak lagi hanya sebatas pemerintah, tetapi ada juga efek massa yang bekerja, di mana banyak agen berinteraksi satu sama lain dalam proses kompleks yang kita kenal sebagai Hubungan Internasional. Pencarian "hati dan pikiran" telah menjadi sangat penting untuk mendukung tujuan negara-negara di lingkup meja perundingan internasional. Pengelolaan diplomasi publik Korea Selatan bergantung pada budaya yang ada sehingga budaya mereka mencapai titik globalisasi. Globalisasi merupakan hal penting bagi Korea sebagai ekonomi yang bergerak dibidang ekspor dan mengamati korelasi antara keterbukaan dan transparansi Korea, dan tingkat daya saing globalnya (Hjalmarsson 2013). Dalam tesis ini telah dijelaskan bahwa Korea Selatan telah menggunakan sosial budaya sebagai instrumen diplomasi publik mereka. Sayangnya, tesis ini belum dapat menjawab pertanyaan penulis mengenai bagaimana kontribusi BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan itu sendiri.

Jonghoe Yang, dalam kajiannya “*The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas*” menjelaskan bahwa penelitiannya bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan Hallyu, aliran dan popularitas produk budaya populer Korea di Asia Timur, dan ke arah mana Hallyu menuju. Terbukanya pasar budaya dan perkembangan industri media massa, khususnya televisi, menjadi sebuah awal bagi Hallyu di Asia Timur. Yang menggunakan analisis data East Asian Social Survey tahun 2008

mengungkapkan bahwa kedekatan sosial dan dua variabel demografis merupakan faktor umum munculnya Hallyu di Asia Timur, tetapi variabel globalisasi dan modernitas tidak berpengaruh pada Hallyu. Yang berpendapat bahwa Hallyu mewakili kasus globalisasi alternatif yang menandai fase baru dalam sejarah globalisasi pada abad ini (Yang 2012). Dalam kajiannya, Jonghoe Yang membahas mengenai faktor-faktor yang menyebabkan Hallyu dapat sangat berkembang di Asia Timur. Namun, penulis belum menemukan faktor spesifik yang bisa menjawab rumusan masalah skripsi ini, yaitu studi kasus grup musik BTS.

Dalam buku berjudul “*South Korean Popular Culture And North Korea*” karya Youna Kim, pada bab “*Soft Power and the Korean Wave*” karya Joseph Nye dan Youna Kim, menjelaskan mengapa Korea Selatan harus mementingkan *soft power* negaranya, dalam konteks ini yaitu Hallyu, jika ingin memainkan peran yang lebih besar dan lebih banyak mendapatkan perhatian dalam dunia internasional. Pada bab ini diberikan perbandingan bentuk *soft power* negara-negara lain yaitu Amerika Serikat dan Cina. Bab ini juga mengupas strategi *soft power* untuk Korea Selatan (Nye and Kim 2019). Sayangnya, bab buku ini tidak dapat menjawab bagaimana proses perkembangan BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan.

Berdasarkan tinjauan diatas, penulis akan mencoba melakukan penelitian dengan kacamata dan aktor *soft power* yang lebih menjurus, yaitu dengan studi kasus grup musik BTS. Dalam tinjauan pustaka yang telah ditelusuri oleh penulis masih belum memberikan studi kasus secara spesifik.

Penulis juga akan membahas bagaimana cara grup musik BTS berkontribusi dalam menjalankan perannya sebagai salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan dan adakah hubungan antara populernya BTS di dunia internasional dengan citra Korea Selatan sebagai negara. Teori *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph Nye yang percaya bahwa kekuasaan adalah kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain untuk keuntungan pemegang kekuasaan itu sendiri. Teori *soft power* akan memberikan perspektif yang berhubungan dengan dampak dari kesuksesan BTS terhadap citra Korea Selatan sebagai negara.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisis dan menjawab pertanyaan rumusan masalah pada penelitian ini, penulis menggunakan teori *soft power* dari perspektif Joseph S. Nye, Jr. dimana “*power*” atau “kekuasaan” merupakan suatu kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan tujuan atau hasil yang diinginkan. Seseorang dapat mempengaruhi perilaku orang lain dalam tiga cara utama: ancaman paksaan (“tongkat atau *stick*”), bujukan dan pembayaran (“wortel atau *carrot*”), dan ketertarikan yang membuat orang lain menginginkan apa yang Anda inginkan. Suatu negara dapat memperoleh hasil yang diinginkan dalam politik dunia karena negara lain ingin mengikutinya, mengagumi nilai-nilainya, meniru teladannya, dan/atau mencita-citakan tingkat kemakmuran dan keterbukaannya. Dalam hal ini, penting untuk mengatur agenda dan menarik orang lain dalam politik dunia,

dan tidak hanya memaksa mereka untuk berubah melalui ancaman atau penggunaan senjata militer atau ekonomi. *Soft power* ini membuat orang lain menginginkan hasil yang diinginkan, dengan mengajak orang bekerja sama daripada memaksa mereka (J. Nye 2008).

Soft power diartikan sebagai kemampuan untuk memperoleh keuntungan tanpa menggunakan sarana ekonomi atau militer tetapi dengan membangkitkan daya tarik positif yang memfasilitasi akumulasi bentuk kekuasaan lainnya (J. S. Nye 2004). Karena *soft power* didasarkan pada sumber daya tak berwujud dan terutama bergantung pada persuasi, *soft power* tidak dapat menggunakan mekanisme yang membatasi. Sementara *hard power* mudah untuk diidentifikasi dan digunakan, Nye menekankan bahwa di dunia multipolar saat ini, dengan ekonomi yang saling berhubungan dan peningkatan kekuatan sistem keuangan internasional, penting untuk "mempengaruhi perilaku orang lain" (J. S. Nye 2004).

Oleh karena itu, kekuatan seorang aktor yang mengadopsi bentuk-bentuk yang dapat diubah berdasarkan konteks relasional dimana hal itu dilaksanakan akan ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan tentang preferensi agen lain (J. S. Nye 2004). Aset yang menerapkan *soft power* adalah aspek budaya yang menarik bagi lawan bicaranya, politik nasional bila dipandang sah dari luar negeri, dan nilai politik bila dianggap positif oleh orang lain (J. Nye 2008). Administrasi yang benar dari sumber daya ini, yang bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan dalam kerangka globalisasi, akan

membutuhkan intervensi pemerintah di bidang komunikasi dan informasi (J. S. Nye 2003).

Menurut Nye, *soft power* terletak pada kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain. Pada tingkat pribadi, kita semua mengenal kekuatan daya tarik dan rayuan. Dalam suatu hubungan atau pernikahan, kekuasaan tidak selalu berada pada pasangan yang lebih besar, tetapi dalam chemistry ketertarikan yang misterius. Dan dalam dunia bisnis, para eksekutif yang cerdas tahu bahwa kepemimpinan bukan hanya masalah mengeluarkan perintah, tetapi juga melibatkan memimpin dengan memberi contoh dan menarik orang lain untuk melakukan apa yang kita inginkan. Sulit untuk menjalankan organisasi besar hanya dengan perintah. Kita juga perlu membuat orang lain percaya pada nilai-nilai yang kita miliki. Serupa dengan itu, praktik-praktik perpolisian berbasis komunitas kontemporer yang mengandalkan pada pembuatan kesan polisi yang cukup ramah dan menarik sehingga komunitas ingin membantu mereka mencapai tujuan bersama (J. S. Nye 2004).

Dalam buku ini dijelaskan bahwa hard dan *soft power* memiliki keterkaitan karena keduanya merupakan aspek kemampuan untuk mencapai tujuan seseorang dengan mempengaruhi perilaku orang lain. Perbedaan di antara mereka adalah sifat perilaku dan wujud sumber daya. Kekuasaan komando-kemampuan untuk mengubah apa yang dilakukan orang lain-dapat bertumpu pada paksaan atau bujukan. Pada bagian *soft power* ada kerangka

spectrum of behaviors yang menjelaskan bahwa dalam *soft power* ada tiga step yang berkaitan, yaitu:

1. Agenda setting

Merupakan kemampuan dalam menghadirkan suatu isu dan meyakinkan audiens bahwa isu yang diangkat penting. Melalui agenda setting, aktor mampu mempengaruhi suatu kepentingan yang kemudian menjadi agenda publik. Studi tentang agenda-setting menggambarkan cara media mencoba untuk mempengaruhi target audiens yang dituju, dan membangun hierarki prevalensi berita.

2. Attraction

Attraction merupakan sebuah upaya untuk membuat budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan seseorang menarik bagi orang lain. Ketika nilai-nilai dan kebijakan suatu negara dianggap sah dan berwibawa secara moral, orang lain cenderung akan mengikuti preferensinya. Bentuk kekuatan ini bersifat halus dan sering kali berlaku dalam jangka panjang, karena bergantung pada daya tarik cita-cita dan praktik suatu negara.

3. Co-opt

Soft power dapat diringkas menjadi ide sederhana untuk mengkooptasi "co-opt" negara lain untuk membentuk preferensi mereka sendiri agar sesuai dengan preferensi pemegang kekuasaan. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai metode, tetapi prinsip paling sentral dari budaya, nilai politik, dan reputasi seseorang di panggung dunia adalah yang paling penting untuk memenuhi preferensi audiens yang dituju (J. S. Nye 2004).

Tabel 1: *Spectrum of Behavior* dalam *Soft Power*

<i>SOFT POWER</i>			
<i>(indirect)</i>			
<i>Spectrum of Behavior</i>	<i>Agenda Setting</i>	<i>Attraction</i>	<i>Co-opt</i>
<i>Most likely resources</i>	<i>Institution</i>	<i>(Political) Values Culture (Foreign) Policies</i>	
<i>Government Policies</i>	<i>Bilateral and Multilateral Diplomacy</i>	<i>Public Diplomacy</i>	

Sederhananya, dalam istilah perilaku, *soft power* merupakan daya tarik. Dalam hal sumber daya, sumber *soft power* adalah aset yang menghasilkan daya tarik tersebut. Apakah aset tertentu merupakan sumber *soft power* yang menghasilkan daya tarik dapat diukur dengan menanyakan orang melalui jajak pendapat atau kelompok fokus. Apakah ketertarikan itu pada gilirannya menghasilkan hasil kebijakan yang diinginkan harus dinilai dalam kasus-kasus tertentu. Ketertarikan tidak selalu menentukan preferensi orang lain, tetapi kesenjangan antara kekuatan yang diukur sebagai sumber daya dan kekuatan yang dinilai sebagai hasil dari perilaku tidak hanya terjadi pada *soft power*. Hal tersebut terjadi dengan semua bentuk kekuasaan. Sebelum jatuhnya Perancis pada tahun 1940, Inggris dan Perancis memiliki lebih banyak

tank daripada Jerman, tetapi keunggulan sumber daya militer itu tidak secara akurat memprediksi hasil pertempuran (J. S. Nye 2004).

Penulis ingin menganalisis rumusan masalah penelitian ini dengan menggunakan unsur-unsur pendukung dari teori *soft power* dan spectrum of behaviors dari *soft power* yang digagas oleh Joseph Nye dapat dikatakan merupakan teori dan konsep yang tepat untuk digunakan sebagai landasan dalam menganalisis penelitian ini. Hal ini dikarenakan keterkaitan BTS sebagai salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan dengan teori tersebut.

1.7 Argumen Sementara

Dalam penelitian ini penulis meletakkan argumen sementara mengenai peran grup musik BTS sebagai salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan dalam skala global. Hal ini dikarenakan berkembangnya pasar *Korean Wave* dimana grup musik BTS merupakan kontributor terbesarnya. Dengan adanya fenomena ini, Korea Selatan membuat *agenda setting* dengan menunjuk BTS sebagai utusan Presiden Moon Jae-In pada *United Nations General Assembly* (UNGA) tahun 2021. Korea Selatan juga memilih BTS sebagai Ambassador Seoul dengan kampanye “*I SEOUL U*” dan Ambassador Korea Tourism Organization (KTO) dengan kampanye “*Feel The Rhythm of Korea*” untuk keperluan *attraction*. Hal ini memberikan keuntungan bagi Korea Selatan karena banyak turis asing yang datang ke negara tersebut untuk datang ke tempat-tempat yang pernah didatangi atau dijadikan lokasi syuting video musik BTS yang membuktikan adanya *co-opt*.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif yang menunjukkan data yang diperoleh dari studi literatur supaya dapat membantu memudahkan penulis dalam menyelesaikan analisis penelitian ini.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu Presiden Moon Jae In dan negara Korea Selatan yang memiliki peran terhadap *soft power* negara tersebut. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh grup musik BTS terhadap *soft power* Korea Selatan.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan dari data sekunder guna membantu menganalisis penelitian. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, artikel, berita, dan sumber literatur lain sebagainya untuk mendukung menganalisis penelitian yang dilakukan oleh penulis.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses penelitian merupakan suatu rangkaian dalam melakukan penelitian. Rangkaian ini dimulai dari pra-penelitian sampai hasil penelitian sehingga dapat dikemas dan mendapatkan kesimpulan dari proses penelitiannya. Berikut adalah langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini:

- Pra penelitian

Langkah dimana penulis melakukan persiapan penelitian dengan cara melihat data yang terkait dengan penelitian.

- Pengambilan data:

Langkah pengambilan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari sumber sekunder seperti jurnal, artikel, berita, dan sumber literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

- Analisis data:

Langkah ini dilakukan setelah data sudah terkumpul, dimana penulis mengorganisir data terlebih dahulu, lalu membaca semua data untuk menemukan sumber yang berkaitan dengan penelitian, lalu mengaitkan tema guna menemukan keterkaitan antara tema dan kategori, dan langkah terakhir yaitu menafsirkan data tersebut. Hal ini untuk memahami makna yang ada dalam data yang telah dikumpulkan oleh penulis.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi empat bagian oleh penulis, dimana Bab 1 menjelaskan tentang latar belakang terkait munculnya pandemi COVID-19 membuat segala bentuk komunikasi menjadi digital di mana kesuksesan grup musik BTS di kancah global dan presensinya yang besar di media sosial dimanfaatkan oleh Korea Selatan untuk menjadikannya salah satu instrumen yang mempromosikan budaya Korea Selatan.

Bab 2 akan membahas tentang politik luar negeri Korea Selatan dan pengaruh BTS mengenai hal tersebut. Bab ini berfungsi dalam meninjau lebih lanjut terkait politik luar negeri Korea Selatan di era Moon Jae In, Hallyu sebagai *soft power* Korea Selatan, dan signifikansi BTS terhadap politik luar negeri Korea Selatan.

Bab 3 akan mengaplikasikan teori *soft power* dari Joseph Nye secara rinci dan penulis akan membahas upaya pemerintah Korea Selatan era Presiden Moon Jae In dalam memanfaatkan instrumen *soft power* Korea Selatan menggunakan *spectrum of behavior*.

Bab 4 membahas kesimpulan dari penelitian ini dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2

POLITIK LUAR NEGERI KOREA SELATAN DAN PENGARUH BTS

Pada Bab 2, penulis akan menganalisis hubungan antara kebijakan luar negeri Korea Selatan di era Presiden Moon Jae In dan pengaruh grup musik BTS sebagai instrumen *soft power*. Analisis diawali dengan pembahasan prioritas kebijakan luar negeri Korea Selatan, dilanjutkan dengan pembahasan Hallyu sebagai *soft power* dalam strategi global negara tersebut. Selanjutnya, penulis akan menguraikan signifikansi BTS dalam mendukung diplomasi Korea Selatan, khususnya dalam membangun citra positif di kancah internasional.

2.1 Politik Luar Negeri Korea Selatan di Era Moon Jae In

Presiden Korea Selatan Moon Jae-In memiliki pengaruh besar pada politik dan kebijakan internasional, dengan pendekatan progresif dan pragmatismenya yang terbukti sangat efektif. Moon berfokus pada peningkatan hubungan dengan Korea Utara dengan secara aktif terlibat dalam dialog, mengambil pendekatan rekonsiliasi terhadap konflik yang telah berlangsung puluhan tahun. Moon juga telah menjadi pendorong perlucutan senjata nuklir, yang mengarah ke pertemuan puncak bersejarah antara dirinya, Presiden Trump, dan pemimpin Korea Utara Kim Jong-Un, yang menghasilkan deklarasi denuklirisasi bersama. Moon juga bekerja untuk membina hubungan yang lebih erat antara Korea Selatan dan sekutu tradisionalnya, seperti Amerika Serikat, Jepang, dan China. Moon telah bekerja keras untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam konflik memiliki kursi di

meja perundingan, dan berhasil menyatukan kedua Korea untuk menandatangani perjanjian damai. Selain itu, Moon berupaya memperkuat ekonomi regional, mempromosikan perjanjian perdagangan bebas, dan memperluas peran Korea Selatan dalam ekonomi global. Moon telah menjadi advokat yang kuat untuk perlindungan lingkungan, dan telah mengembangkan strategi inovatif untuk mengurangi emisi karbon dan mempromosikan sumber energi terbarukan. Usahanya telah membuatnya menjadi tokoh penting dalam politik internasional dan telah membantu membentuk kebijakan banyak negara di dunia (Trottier 2021).

Kebijakan luar negeri Korea Selatan di bawah kepemimpinan Presiden Moon Jae In (2017–2022) memperlihatkan orientasi yang berbeda dibandingkan dengan pendahulunya. Jika pada era sebelumnya, seperti masa Presiden Lee Myung-bak dan Park Geun-hye, kebijakan luar negeri Korea Selatan cenderung fokus pada diplomasi ekonomi dan penguatan aliansi keamanan tradisional dengan Amerika Serikat, maka di era Moon Jae In, pendekatan yang diambil lebih bersifat inklusif, humanis, dan berbasis nilai (*value-based diplomacy*) (Draudt-Véjares 2025). Dalam kerangka ini, *soft power* memainkan peran penting sebagai instrumen utama, termasuk melalui pemanfaatan budaya populer seperti Hallyu, di mana BTS menjadi aktor sentralnya.

Salah satu tonggak utama kebijakan luar negeri Moon Jae In adalah penerapan dua kebijakan strategis baru, yakni *New Southern Policy* (NSP) dan *New Northern Policy* (NNP). NSP ditujukan untuk mempererat hubungan

Korea Selatan dengan negara-negara Asia Tenggara dan India, dengan menekankan kerja sama ekonomi, *people-to-people exchange*, serta pembangunan berkelanjutan. NSP mencerminkan upaya Korea Selatan untuk mendiversifikasi mitra strategisnya, mengurangi ketergantungan terhadap kekuatan besar seperti Amerika Serikat dan Tiongkok (Parameswaran 2018). Sementara itu, New Northern Policy (NNP) difokuskan pada penguatan kerja sama dengan negara-negara di kawasan Eurasia, termasuk Rusia dan Asia Tengah. Tujuan utama NNP adalah membangun konektivitas regional dan memfasilitasi perdamaian yang berkelanjutan di Semenanjung Korea melalui keterlibatan kawasan yang lebih luas (J. Y. Lee 2017).

Pilar lain yang tidak kalah penting adalah fokus Moon Jae In pada perdamaian di Semenanjung Korea. Sejak awal masa jabatannya, ia menekankan pentingnya dialog dan rekonsiliasi dengan Korea Utara. Kebijakan ini diwujudkan melalui serangkaian KTT Antar-Korea pada tahun 2018, termasuk pertemuan bersejarah di Panmunjom, yang menandai era baru dalam hubungan antar-Korea (MOFA Korea 2018).

2.1.1 Prioritas Soft Power dalam Diplomasi Moon Jae In

Berbeda dari *hard power* yang menekankan kekuatan militer dan ekonomi, Moon Jae In memberi perhatian besar pada *soft power* sebagai alat utama dalam memperkuat posisi Korea Selatan di panggung global. *Soft power* digunakan untuk membentuk persepsi internasional bahwa Korea

Selatan adalah negara yang pro-perdamaian, pro-kemanusiaan, dan berperan aktif dalam multilateralisme global (Botto 2021).

Pro-perdamaian:

Moon Jae In secara konsisten mengadvokasi penyelesaian damai atas konflik Semenanjung Korea. Diplomasi yang dilakukannya lebih menekankan kerja sama, dialog, dan rekonsiliasi. Dalam konteks ini, Moon memanfaatkan citra Korea Selatan sebagai negara yang modern, terbuka, dan penuh harapan. Budaya populer, termasuk BTS, digunakan sebagai simbol transformasi Korea Selatan dari negara yang pernah dilanda perang menjadi negara yang menyebarkan pesan damai.

Pro-kemanusiaan dan Multilateralisme:

Moon juga menunjukkan komitmen kuat terhadap kerja sama internasional, terutama melalui partisipasi aktif di forum global seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Ia mendorong keterlibatan Korea Selatan dalam isu-isu global seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan pandemi COVID-19. Selama pandemi, Moon menekankan solidaritas global dan distribusi vaksin yang adil, menunjukkan nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi dasar kebijakan luar negerinya.

Pembangun Jembatan (*Bridge-builder*):

Korea Selatan di bawah Moon Jae In memosisikan diri sebagai jembatan strategis antara kekuatan besar seperti Amerika Serikat dan

Tiongkok. Ia berusaha menyeimbangkan hubungan dengan kedua negara tanpa memilih satu pihak secara terang-terangan. Pendekatan ini mencerminkan diplomasi yang cermat dan fleksibel, yang memberi ruang bagi Korea Selatan untuk mempertahankan otonomi strategisnya.

2.1.2 Perbedaan Moon Jae In dengan Presiden Sebelumnya

Perbedaan mendasar Moon Jae In dengan presiden sebelumnya terletak pada orientasi *value-based diplomacy* dan fokus pada hubungan antar-masyarakat (*people-to-people exchange*). Jika Presiden Lee Myung-bak lebih condong pada diplomasi bisnis (*business diplomacy*) dan ekspansi perusahaan multinasional Korea di luar negeri, serta Park Geun-hye lebih menekankan pada aliansi keamanan dan respons militer terhadap Korea Utara, maka Moon menawarkan pendekatan yang lebih lunak namun berjangkauan luas (J. Y. Lee 2017).

Moon melihat nilai budaya Korea sebagai aset diplomatik yang sangat penting. Dalam konteks ini, Hallyu, termasuk K-pop dan BTS, dijadikan alat untuk memperluas pengaruh Korea Selatan secara global tanpa perlu mengandalkan kekuatan militer (Kelley 2018). Pengakuan resmi pemerintah terhadap pengaruh BTS tercermin dalam banyak hal, termasuk penunjukan BTS sebagai utusan khusus presiden untuk generasi masa depan dan budaya, serta partisipasi mereka dalam forum-forum multilateral seperti Sidang Umum PBB (Oh and Lee 2021). Moon juga memperluas pemahaman diplomasi dengan memadukan nilai-nilai kemanusiaan, solidaritas global, dan

pemberdayaan masyarakat muda dalam narasi kebijakan luar negerinya. Ini menciptakan diplomasi yang lebih empatik dan kolaboratif, menjadikan Korea Selatan bukan hanya sebagai aktor ekonomi atau militer, tetapi juga sebagai kekuatan budaya global yang inspiratif (Keith 2021).

2.1 Soft Power Korea Selatan dan Hallyu

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang secara sistematis mengembangkan kekuatan lunaknya (*soft power*) sebagai strategi diplomasi global sejak akhir 1990-an. Konsep ini merujuk pada kemampuan sebuah negara untuk memengaruhi pihak lain tanpa menggunakan tekanan militer atau ekonomi, melainkan melalui daya tarik budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang sah (J. S. Nye 2004). Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa di tengah keterbatasan sumber daya alam dan tekanan geopolitik dari negara tetangga, diplomasi berbasis budaya dapat menjadi alat yang ampuh untuk memperkuat posisi negara dalam kancah internasional. Oleh karena itu, strategi *soft power* kemudian diinstitusionalisasi melalui berbagai kebijakan, seperti pembentukan Korean Cultural Centers di berbagai negara, serta pendanaan besar terhadap industri konten melalui lembaga seperti Korea Creative Content Agency (KOCCA) (Y. Kim 2021).

Dalam implementasinya, Hallyu atau Korean Wave menjadi pilar utama kekuatan lunak Korea Selatan. Fenomena ini mencakup berbagai aspek budaya populer Korea, mulai dari drama televisi, musik K-pop, film, kuliner, hingga gaya hidup. Popularitas produk-produk budaya ini di berbagai belahan

dunia, terutama sejak awal 2000-an, telah membawa dampak positif terhadap citra Korea Selatan secara global. Pemerintah tidak hanya merespons Hallyu sebagai tren budaya, melainkan mengintegrasikannya ke dalam strategi diplomasi nasional (B. R. Kim 2015). Misalnya, drama Korea digunakan sebagai alat promosi pariwisata, K-pop menjadi sarana penguatan identitas budaya nasional, dan film seperti *Parasite* atau serial *Squid Game* berperan dalam membangun citra Korea Selatan sebagai negara yang kreatif dan inovatif (Tassi 2021).

Di bawah kepemimpinan Presiden Moon Jae In, *soft power* berbasis budaya mendapat perhatian yang lebih serius dan diintegrasikan secara eksplisit dalam kebijakan luar negeri. Moon melihat Hallyu sebagai aset strategis yang dapat digunakan untuk mencapai berbagai tujuan diplomatik: meningkatkan citra Korea Selatan sebagai negara modern dan progresif, mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata dan industri kreatif, serta memperluas pengaruh Korea dalam isu-isu global melalui diplomasi budaya. Dalam konteks ini, budaya tidak hanya berfungsi sebagai ekspor hiburan, tetapi juga sebagai sarana membentuk opini publik internasional, memperluas jaringan pertemanan negara, dan membangun hubungan *people-to-people* yang lebih kuat (Ko 2022).

Secara bertahap, fokus pemerintah mengerucut dari Hallyu secara umum ke bentuk yang lebih spesifik, yakni musik K-pop. Industri K-pop bukan hanya menjadi sektor ekonomi kreatif unggulan, tetapi juga berfungsi sebagai duta informal Korea Selatan di dunia internasional. Pemerintah secara

aktif mendukung promosi K-pop melalui kerja sama diplomatik, festival budaya internasional, serta program global seperti *K-Pop World Festival*. Strategi ini sejalan dengan pendekatan Moon Jae In yang mengedepankan diplomasi berbasis nilai, di mana budaya menjadi alat pemersatu dan komunikasi lintas bangsa.

Dari berbagai elemen Hallyu, BTS muncul sebagai representasi paling kuat dari *soft power* Korea Selatan di era Moon Jae In. BTS tidak hanya dikenal karena prestasi musik globalnya, tetapi juga karena perannya dalam misi diplomatik. Pada tahun 2021, Presiden Moon secara resmi menunjuk BTS sebagai Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture dan mengajak mereka tampil dalam Sidang Umum PBB ke-76 di New York. Dalam kesempatan tersebut, BTS menyampaikan pesan solidaritas, harapan, dan dukungan terhadap program vaksinasi global. Keterlibatan BTS dalam diplomasi publik merupakan simbol kuat bahwa Korea Selatan berhasil memadukan kekuatan budaya dengan kepentingan politik luar negeri, menjadikan K-pop bukan hanya alat hiburan, melainkan juga instrumen kebijakan luar negeri yang konkret dan berpengaruh secara global (United Nations 2021).

2.3 Signifikansi BTS terhadap Politik Luar Negeri Korea Selatan

BTS menempati posisi unik dalam lanskap diplomasi budaya Korea Selatan. Mereka tidak hanya dikenal sebagai grup musik K-pop paling sukses secara komersial, tetapi juga sebagai aktor non-negara yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi global mengenai Korea Selatan.

Keberhasilan BTS tidak hanya diukur dari angka penjualan atau jumlah penonton konser, tetapi juga dari sejauh mana mereka mampu menyampaikan narasi budaya, sosial, dan nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi bagian dari strategi soft power Korea Selatan. Dalam konteks ini, BTS bukan sekadar produk budaya, melainkan aset diplomatik strategis yang memperkuat posisi Korea Selatan di mata dunia (Y. Kim 2021).

Salah satu alasan utama mengapa BTS menjadi sangat signifikan adalah jangkauan global mereka yang tak tertandingi. BTS memiliki basis penggemar yang sangat besar dan aktif yang dikenal sebagai ARMY (*Adorable Representative M.C. for Youth*), yang tersebar di berbagai negara dan lintas budaya. Fandom ini tidak hanya menjadi konsumen musik, tetapi juga agen penyebaran nilai-nilai yang diusung BTS, seperti inklusivitas, solidaritas, dan empati. Interaksi langsung antara BTS dan penggemarnya melalui media sosial juga memperkuat hubungan emosional yang menjadi kekuatan khas *soft power*: hubungan yang berbasis pada daya tarik dan kepercayaan, bukan paksaan atau keuntungan ekonomi semata (Bruner 2018).

Signifikansi BTS juga terletak pada pesan universal yang mereka sampaikan dalam karya-karyanya. Berbeda dengan banyak artis lain, BTS secara konsisten mengangkat tema-tema seperti mencintai diri sendiri (*self-love*), pemberdayaan remaja, kesehatan mental, dan ketahanan dalam menghadapi tekanan sosial. Kampanye *Love Myself* yang mereka lakukan bersama UNICEF adalah contoh nyata bagaimana BTS mengintegrasikan nilai-nilai kemanusiaan dalam praktik budaya populer. Pesan-pesan ini tidak

hanya beresonansi dengan generasi muda, tetapi juga memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang pro-kemanusiaan dan mendukung hak-hak individu (UNICEF 2021).

Keterlibatan BTS dalam forum-forum internasional menjadi indikator lain dari status mereka sebagai figur berpengaruh secara global. Sejak 2018, BTS telah diundang untuk berbicara di Sidang Umum PBB, di mana mereka menyampaikan pesan tentang pentingnya keberanian untuk berbicara, menerima masa lalu, dan mencintai diri sendiri. Pada tahun 2020, mereka berpartisipasi dalam acara Dear Class of 2020, sebuah acara virtual global yang diselenggarakan oleh YouTube untuk memberikan pidato inspiratif kepada lulusan di tengah pandemi. Kehadiran BTS dalam platform semacam itu menandakan transisi peran mereka dari *entertainer* menjadi komunikator global, sebuah contoh konkret dari peran *soft power* dalam diplomasi publik Korea Selatan (Variety 2020).

Meskipun peran BTS sebagai kekuatan budaya global telah diakui sejak beberapa tahun sebelumnya, pengakuan resmi dari pemerintah Korea Selatan terhadap nilai strategis mereka dalam diplomasi baru terjadi secara konkret pada tahun 2021. Pada tahun tersebut, Presiden Moon Jae In secara resmi menunjuk BTS sebagai *Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture*, sebuah posisi diplomatik yang membawa BTS ke dalam forum-forum internasional sebagai representasi resmi negara (Oh and Lee 2021). Sebelumnya, pada tahun 2018, *Hyundai Research Institute (HRI)* telah mencatat bahwa BTS memberikan kontribusi ekonomi tahunan sebesar

4,1 triliun won (sekitar US\$3,6 miliar) terhadap perekonomian Korea Selatan, menandakan dampak signifikan mereka dalam hal ekonomi dan pariwisata (Hyundai Research Institute 2018). Namun, pada saat itu, BTS lebih dikenal sebagai mitra lembaga internasional seperti UNICEF dalam kampanye sosial, bukan sebagai aktor diplomasi negara. Dengan demikian, penunjukan pada tahun 2021 menandai transisi dari pengaruh budaya yang bersifat simbolik ke dalam peran diplomatik yang bersifat formal dan strategis.

Dengan berbagai pencapaian tersebut, BTS tidak hanya memperkuat eksistensi Hallyu secara global, tetapi juga menjelma sebagai simbol kekuatan lunak Korea Selatan yang paling menonjol di era modern. Peran mereka dalam diplomasi budaya menandai era baru hubungan internasional yang lebih bersifat partisipatif dan emosional, di mana identitas negara dibentuk melalui hubungan antara masyarakat sipil dan aktor budaya, bukan hanya melalui kebijakan negara formal.

BAB 3

ANALISIS PERAN GRUP MUSIK BTS SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER KOREA SELATAN PADA ERA PRESIDEN MOON JAE IN

Pada Bab 3, penulis akan melakukan analisis terhadap upaya pemerintah Korea Selatan menggunakan *soft power*-nya untuk membangun citra negara dengan memanfaatkan BTS sebagai instrumen *soft power*nya. Terdapat dua instrumen dalam konsep *soft power*, yakni *Agenda Setting* dan *Attraction*, lalu dihasilkan dengan adanya *Co-opt*. Kerangka dari *spectrum of behaviors* tersebut akan menjadi landasan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibahas pada awal penelitian ini.

3.1 *Agenda Setting*

Pada sub bab ini, penulis akan menganalisis BTS sebagai salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan menggunakan langkah *Agenda Setting* dari *Spectrum of Behavior* yang ditemukan oleh Joseph Nye. Sebagai institusi yang memiliki kepentingan membentuk citra baik demi perluasan peran dalam *ranah* ekonomi dunia, Korea Selatan mendorong BTS sebagai *presidential special envoy for future generations and culture*. Dalam hal ini BTS berperan sebagai institusi kedua yang mewakili Korea Selatan dalam acara global yang diselenggarakan oleh PBB. Acara *UN General Assembly Session* di New York pada 2021 adalah instrumen yang menjadi panggung bagi eksistensi dan citra Korea Selatan di mata khalayak internasional dengan cara mengembangkan komunikasi dengan generasi muda mengenai isu-isu besar seperti kelaparan, kemiskinan, dan masalah iklim (Oh and Lee 2021). Nilai-nilai yang

disuarakan oleh BTS dalam forum tersebut, seperti pentingnya solidaritas global, kesadaran iklim, dan harapan bagi generasi muda, secara langsung sejalan dengan arah kebijakan luar negeri Korea Selatan di bawah Moon Jae In yang menekankan diplomasi berbasis nilai dan kerja sama internasional.

Global event atau acara global berbasis organisasi antarnegara memberi kesempatan pada Korea Selatan untuk menunjukkan kepedulian dan usaha mereka dalam mengatasi permasalahan yang dirasakan oleh banyak masyarakat global. Acara global seperti *United Nations General Assembly (UNGA) Session* dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan suatu ide tentang sebuah negara, mengingat bahwa acara ini dihadiri langsung oleh lebih dari 100 kepala negara atau kepala pemerintahan dengan tujuan untuk membentuk kebijakan antarnegara (IISD 2021). Hal ini menunjukkan signifikansi acara tersebut terhadap penyampaian kepentingan. Sebagai negara yang masih membangun citranya di kancah internasional, Korea Selatan menempuh jalur diplomasi yang sarat akan pesan perdamaian, kerja sama, dan progresivitas. Pandangan positif masyarakat internasional membantu Korea Selatan lebih dipercaya dalam mengembangkan kerja sama ekonomi, budaya, serta politik, seperti yang telah didemonstrasikan negara tersebut dalam hubungan dengan Korea Utara dan Amerika Serikat.

Sebagai salah satu negara yang dipuji oleh dunia karena penanganan pandemi Covid-19 yang efektif, Korea Selatan tetap menghadapi permasalahan ekonomi dan sosial. Dampak pandemi dapat dirasakan sejak 2020, dimana Produk Domestik Bruto (PDB) Korea Selatan menurun 3,7%

dan angka kehilangan pekerjaan hampir 460 ribu (Kang, Min and Park 2021). Saham Korea Selatan juga menurun hampir 4% ketika status kewaspadaan coronavirus ditingkatkan ke level tertinggi secara nasional (Huang 2020). Ditambah lagi munculnya isu sosial seperti sentimen anti-china yang marak pada tahun 2020, mendorong diberlakukannya larangan bepergian total pada pendatang dari China dengan mengingat bahwa di Korea Selatan, jumlah imigran terbesar berasal dari China (Kasulis 2020). Tidak hanya menjadi masalah mendasar bagi Korea Selatan, isu-isu tersebut juga tidak sejalan dengan citra yang berusaha dibentuk selama masa kepresidenan Moon Jae-In. Citra yang dimaksud adalah Korea Selatan sebagai negara penengah yang dapat bekerja sama dengan negara manapun, negara yang menyambut kunjungan masyarakat global secara kultural, serta negara yang siap untuk diversifikasi dan pengembangan ekonomi ke wilayah lain terutama Asia dan Amerika. *Agenda setting* untuk citra seperti ini mengharuskan Korea Selatan untuk mempromosikan diri sebagai negara yang toleran, terbuka, dan dinamis.

Korea Selatan memilih BTS sebagai representasi negara dalam UNGA tahun 2021 dikarenakan pesan-pesan yang telah disampaikan grup musik tersebut secara konsisten selama sembilan tahun. Sepanjang karir mereka, BTS selalu mengusung isu-isu yang dihadapi generasi muda dengan masa depan yang tidak pasti di hadapan perubahan iklim, kondisi politik yang tidak menentu, kondisi sosial yang tidak ideal, serta kemungkinan keruntuhan ekonomi. Diskografi BTS menunjukkan perjalanan mereka menghadapi dunia yang terus berubah sebagai seniman dengan latar belakang yang kurang

beruntung dibanding beberapa grup musik besar Korea Selatan lainnya. Identitas yang dibawa BTS sebagai ujung tombak *hallyu wave* selaras dengan citra Korea Selatan yang ingin dibangun di mata masyarakat global. Agenda kembalinya BTS sebagai utusan khusus presiden untuk Moon Jae-In adalah untuk mengatasi kekhawatiran utama pertama yakni hubungan diplomatik Korea Selatan dengan negara-negara seperti Korea Utara, Amerika Serikat, China, dan sebagainya. Kekhawatiran utama kedua adalah urgensi bagi Korea Selatan untuk mendapatkan posisi strategis dalam perekonomian dunia menyusul permasalahan ekonomi akibat Covid-19. Terakhir, ada kekhawatiran administrasi Moon terkait masalah iklim, yang menjadi topik yang terus dibicarakan di UNGA. Dalam kasus ini, Korea Selatan mengandalkan citra BTS sebagai kelompok panutan bagi anak muda di seluruh dunia yang telah membuktikan nilai-nilai mereka melalui tindakan seperti donasi 1 juta dolar untuk korban Covid-19, secara konsisten menunjukkan kepedulian mereka terhadap protokol kesehatan, membuat kampanye sosial untuk lebih toleran, dan pendekatan altruistik lainnya.

Korea Selatan memilih BTS juga berdasarkan dampak dan jangkauan mereka terhadap berbagai lapisan masyarakat internasional. Musik BTS yang sarat akan perasaan realistis sebagai manusia serta pesan-pesan positif yang mereka sampaikan pada masa Covid-19 melalui lagu-lagu berbahasa Inggris telah meraih perhatian lebih dari 40 juta *Adorable Representative M. C. for Youth (ARMY)* pada 2020 (Moon 2020). Jangkauan audiens sebesar itu menjadi nilai tambah bagi BTS sebagai instrumen dalam *agenda setting*. Pada

UNGA 2021 ketujuh anggota BTS menyampaikan pidato dalam bahasa korea di hadapan para kepala negara yang hadir secara langsung serta ditonton jutaan orang secara digital. BTS berbicara mengenai dampak Covid-19 bagi generasi muda yang kehilangan banyak kesempatan belajar. Selain itu anggota BTS juga menceritakan perasaan mereka sebagai musisi yang tidak dapat bertemu dengan ARMY terkait pembatalan tur dunia. BTS juga membicarakan tentang perubahan iklim yang menjadi masalah generasi muda, serta berpesan untuk menghadapi masa depan yang tidak pasti dengan perasaan yang positif. Kehadiran BTS di UNGA ditutup dengan penampilan *Permission to Dance*, lagu terbaru berbahasa inggris yang diciptakan untuk membawa energi positif bagi orang-orang yang terdampak pandemi, dimana di dalam videonya terdapat *sign language*, menunjukkan inklusivitas BTS. Pemilihan BTS tidak hanya mempertimbangkan jangkauan dan popularitas mereka, tetapi juga karena konsistensi nilai-nilai yang mereka bawa selaras dengan prinsip diplomasi Korea Selatan, termasuk semangat inklusivitas, kolaborasi, dan perdamaian yang menjadi fondasi utama kebijakan luar negeri Moon Jae In (Y. Kim 2021).

Hal lain yang dapat disoroti dari BTS sebagai instrumen *agenda setting* adalah pengalaman grup ini melawan xenophobia dan *bigotry* dalam karir internasionalnya yang selaras dengan masalah yang terjadi di berbagai negara terutama saat Covid-19, yakni gerakan anti-asia. Isu ras yang banyak dibahas di media internasional berasal dari Amerika Serikat, dimulai dari *Black Lives Matter* yang mendapat perhatian global menyusul pembunuhan

George Floyd di awal 2020, hingga meningkatnya *anti-asian hate crime* akibat fakta bahwa Covid-19 berasal dari Wuhan, China. Di Amerika Serikat, terutama di kota besar seperti New York dan Los Angeles, kejahatan kebencian yang menargetkan orang asia meningkat sebanyak 150% pada 2020 dan kemungkinan akan terus meningkat (Yam 2021). Ketidakpastian situasi akibat pandemi ditambah dengan kejahatan berdasarkan ras tentu menjadi momok menakutkan bagi banyak kelompok masyarakat. Isu ini cukup serius untuk diusung pada *White House press briefing* yang bertepatan dengan *Asian American Native Hawaiian and Pacific Islanders (AANHPI) Heritage Month* pada Mei 2021. Pemerintah Amerika Serikat memilih BTS berdasarkan pengaruh global mereka untuk berbicara pada acara tersebut, menyampaikan dukungan mereka terhadap komunitas AANHPI serta merayakan keberagaman dalam kelompok penggemar mereka yang terdiri dari banyak suku, bahasa, dan budaya (Alfonseca 2022). Grup musik ini kemudian mengadakan rapat secara tertutup dengan Presiden Joe Biden untuk membicarakan representasi masyarakat Asia di Amerika Serikat.

Pada kedua acara tersebut, dapat terlihat upaya Korea Selatan untuk menunjukkan citra mereka dengan memilih BTS sebagai representasi negara. Eksistensi BTS di panggung internasional, terutama dalam acara diplomasi yang berujung pada pembuatan kebijakan, berarti bahwa Korea Selatan mendapat *spotlight* untuk idealisme yang ingin mereka bawa. Dalam hal ini Moon ingin meyakinkan bahwa Korea Selatan, sebagai negara yang moderat dan terbuka, dapat dipercaya dan diandalkan dalam hubungan ekonomi

maupun politik. BTS sendiri selalu membawa jati diri sebagai grup musik yang terbuka terhadap perbedaan serta dapat dipercaya dalam kepentingan altruistik baik dari musik maupun kegiatan amal. Kemiripan idealisme antara Korea Selatan dan BTS, ketika dipresentasikan secara internasional sesuai isu yang diusung oleh UNGA maupun usaha diplomasi lainnya, menjadikan proses *agenda setting* ideal serta dapat diterima oleh masyarakat global melalui berbagai media. Dengan demikian, BTS tidak hanya berperan sebagai duta budaya, tetapi juga sebagai perpanjangan dari strategi politik luar negeri Korea Selatan. Keselarasan nilai antara BTS dan arah diplomasi Moon Jae In memperkuat efektivitas agenda setting yang dilakukan dalam forum-forum internasional. Rekap upaya Korea Selatan dalam instrumen *agenda setting* disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Upaya Korea Selatan dalam *Agenda Setting*

Acara	Tahun	Agenda	Metode
United Nations General Assembly (UNGA)	2021	Menunjukkan citra Korea Selatan sebagai negara moderat, terbuka, dan dapat berperan dalam ranah ekonomi dunia	Memilih BTS sebagai <i>presidential special envoy</i> untuk menyampaikan pidato serta menampilkan lagu yang menyampaikan pesan positif pada masa pandemi

White House Press Briefing	2021	Memanfaatkan BTS untuk melawan sentimen anti-asia di Amerika Serikat yang mirip dengan sentimen anti-china di Korea Selatan akibat Covid-19	Memilih BTS sebagai perwakilan untuk menyampaikan pidato serta berdialog dengan Presiden Joe Biden tentang isu <i>Asian-American</i> .
----------------------------	------	---	--

Sumber: Moon 2020 dan Alfonso 2021

3.2 *Attraction*

Instrumen kedua dalam *soft power* adalah *attraction* yang dimaknai sebagai upaya untuk menarik pihak yang bersangkutan untuk memenuhi keinginan atau maksud suatu instansi tanpa memakai paksaan (J. S. Nye 2004). Dalam konteks acara internasional berbasis diplomasi, *soft power* dapat diartikan sebagai penggunaan acara antar negara seperti *United Nations General Assembly (UNGA)* yang memiliki nilai prestise serta menarik perhatian global untuk membuka kesempatan bekerja sama dengan negara lain dalam aspek politik, diplomatik, serta ekonomi. Selain itu, penyelenggaraan acara seperti UNGA menjadi tempat yang ideal bagi penyebaran nilai budaya, idealisme, dan citra baik negara-negara yang hadir, terutama apabila mendapat panggung melalui pidato berdasarkan visi acara tersebut. UNGA sendiri adalah parlemen dunia yang terdiri dari 193 negara anggota UN, diadakan

dengan tujuan memberi rekomendasi pada *UN Security Council* dalam pembentukan kebijakan serta memilih anggota tidak tetap *council* berdasarkan sistem voting yang tidak mengikat, kecuali untuk permasalahan *budgeting* (Borger 2019). BTS sebagai salah satu grup musik terbesar di dunia memiliki karakteristik yang unik sebagai agen diplomasi Korea Selatan. Pengaruh mereka secara global dapat dirasakan di berbagai belahan dunia, baik melalui acara luring maupun daring. Pesan-pesan yang mereka sampaikan juga beresonansi dengan manusia dari berbagai latar belakang, membuat nama BTS dihubungkan dengan *idol* yang bisa menjadi contoh bagi penggemarnya.

Pengaruh BTS di Amerika Serikat salah satunya melalui kehadiran mereka pada *Good Morning America* (GMA), suatu *talkshow* besutan *ABC Channel* yang memiliki jumlah penonton 3,85 juta di kuartal ke-4 tahun 2018, lebih tinggi dari kanal lain dengan acara pagi serupa (Aswad 2019). BTS debut di GMA pada 26 September 2018 membahas tentang pidato mereka di PBB, *Love Yourself Tour* yang erat kaitannya dengan tema kampanye mereka bersama PBB, serta menampilkan *Idol* secara langsung, menjadikan momen ini sebagai penampilan pertama mereka di acara televisi pagi berskala nasional (Herman 2018). Selain itu, BTS juga menyabet *Top Social Artist Award* untuk kedua kalinya pada 2018 *Billboard Music Awards* (BBMA), mengalahkan artis internasional seperti Justin Bieber dan Demi Lovato, serta menjadi grup K-pop pertama yang memenangkan penghargaan di BMA, dimana dapat terlihat popularitas BTS di media sosial melalui respon terhadap *twitter posts* mereka yang banyak diantaranya mendapat lebih dari 1 juta

“likes” dan lebih dari 400 ribu *retweets* (Sari 2018). Sementara itu, untuk tur mereka yang bertajuk *BTS World Tour: Love Yourself* di Amerika Serikat dan Kanada berhasil menarik 220 ribu penonton dari tanggal 5 September 2018 sampai 6 Oktober 2018 untuk penampilan di 7 kota dan dua negara (Shim 2018).

Dominasi BTS di Eropa dapat dirasakan dari keberhasilan mereka memenangkan berbagai penghargaan, salah satunya dalam *MTV's European Music Awards* sejak 2014 hingga 2022, mulai dari penghargaan kategori *Biggest Fans, K-Pop, Korean Act*, dan sebagainya (Gallagher 2021). Pada 2019, BTS tampil di Wembley Stadium untuk pertama kalinya di depan 120 ribu penggemar sebagai *Korean Act* pertama yang tampil di *venue* bersejarah tersebut, membuat mereka diberikan gelar sebagai “*21st Century Beatles*” (Dahir and Bate 2019). Kemudian, dalam *BTS World Tour: Love Yourself*, BTS tampil di Inggris, Belanda, Jerman, dan Perancis, menarik lebih dari 100 ribu penonton (Brasor 2019).

Sementara itu, pengaruh BTS di Asia yang pertama dapat dilihat dari jumlah penonton *BTS World Tour: Love Yourself* sebesar 630 ribu di 5 negara dari November 2018 hingga April 2019 (Yoo 2019). Jumlah penggemar BTS mencapai angka 70,59 juta yang terbagi dalam 457 klub penggemar di Asia & Oceania, yang tertinggi dibanding wilayah lain seperti benua Amerika, Eropa, dan sebagainya (Khushboo 2022). Sebagai salah satu grup musik yang berawal dari Asia Timur, konsep BTS yang mengusung figur anak muda dengan *relatability* tinggi sangat tidak umum, dan hal ini merefleksikan realita

hidup anak muda di Korea Selatan, yang kemudian dapat dirasakan oleh banyak orang di Asia (Romano 2018).

Popularitas BTS dan keputusan Korea Selatan di bawah Moon dalam memilih BTS sebagai agen diplomasinya dapat dianalisis lebih lanjut melalui tiga unsur dalam *attraction*, yaitu:

3.2.1 Culture

BTS merupakan katalis penting dalam menarik perhatian global terhadap budaya Korea. Musik mereka, yang menggabungkan elemen pop, hip hop, R&B, dan EDM, menampilkan kualitas produksi tinggi dan visual yang menarik, dengan tetap mempertahankan elemen lokal seperti penggunaan bahasa, budaya, dan sejarah Korea dalam Musik Videonya. Keberhasilan K-pop, termasuk BTS, berasal dari kombinasi antara daya tarik global dan ciri khas Korea yang membedakannya dari produk budaya Barat. Konten-konten seperti *Run BTS!* dan *Bangtan Bombs* menampilkan sisi budaya Korea sehari-hari, seperti makanan tradisional, permainan masa kecil, serta nilai-nilai kekeluargaan dan kerja keras (Bruner 2019). Hal ini secara tidak langsung menjadi bentuk diplomasi budaya yang efektif, sejalan dengan *Hallyu policy* pemerintah Korea Selatan (Jang and Paik 2012).

BTS juga mendorong peningkatan pembelajaran bahasa Korea secara global. Pada Maret 2020, Big Hit Entertainment meluncurkan program *Learn! Korean with BTS* melalui platform Weverse untuk memfasilitasi penggemar dalam mempelajari bahasa Korea secara langsung dari konten BTS (Benjamin

2020). Program ini merupakan upaya eksplisit dalam memperkuat *cultural outreach* yang telah dibangun melalui popularitas mereka.

3.2.2 Political Values

Political values adalah instrumen kedua dalam unsur *attraction*. Instrumen ini dipahami sebagai kepercayaan yang bersifat abstrak tentang cara kerja pemerintah, masyarakat, dan *public affair*. Adalah suatu hal yang krusial bagi sebuah negara untuk membawa dan mengimplementasikan nilai-nilai politik yang dipercayai di dunia internasional, sebagai jaminan bahwa identitas negara tersebut tetap eksis. Mempertahankan eksistensi negara dalam agenda politik internasional dapat dilakukan dengan membentuk persepsi dunia luar terhadap kepentingan dan pandangan negara itu sendiri. Salah satu hal yang penting dilakukan adalah memberi ruang bagi kemampuan dan bakat masyarakat sipil negara tersebut di panggung-panggung internasional, baik dalam bentuk tertulis maupun aksi performatif (J. Nye 2017).

Korea Selatan dalam perjalanan politiknya selalu berada dalam posisi riskan sebagai negara tetangga Korea Utara, suatu negara dengan pandangan dan sistem politik yang sangat berbeda. Sebagai negara demokrasi, Korea Selatan terbagi secara ideologis menjadi liberal dan konservatif berdasarkan pendapat penduduknya terhadap Korea Utara serta isu apa yang harus diprioritaskan oleh negara. Kelompok konservatif yang didominasi usia 60 ke atas memilih pendekatan militer terhadap ancaman negara di utara, mengutamakan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung korporasi. Di sisi

lain, kelompok liberal yang terdiri dari banyak pemilih berusia 40-an dan 50-an cenderung mendukung reunifikasi dengan Korea Utara melalui pembicaraan terbuka dalam konteks ekonomi, budaya, dan kerja sama politik, selain itu kelompok liberal mengutamakan hak-hak pekerja dibanding korporasi. Sementara itu, pemilih politik berusia 20-an dan 30-an tidak mengkotak-kotakkan diri mereka sebagai liberal ataupun konservatif, melainkan bersikap lebih kritis dalam proses politik yang menyelesaikan isu mendetail seperti permasalahan gender, krisis tempat tinggal, lapangan kerja, dan sebagainya, yang prevalen di masa administrasi Moon (Ko 2022).

Nilai-nilai politik yang disuarakan BTS, seperti cinta diri, inklusivitas, solidaritas, dan empati, memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang progresif dan humanis. Kampanye *Love Myself* yang bekerja sama dengan UNICEF menyoroti isu kekerasan terhadap anak dan kesehatan mental, dan telah menjangkau jutaan anak dan remaja di seluruh dunia sejak diluncurkan tahun 2017 (UNICEF 2021). Lagu seperti *Life Goes On* (2020) dan *Permission to Dance* (2021) mengangkat pesan optimisme di masa pandemi dan inklusivitas global. Bahkan, BTS secara sengaja menyisipkan bahasa isyarat internasional dalam koreografi *Permission to Dance* sebagai bentuk inklusi bagi penyandang disabilitas (Nam 2021).

Pidato mereka dalam acara *Dear Class of 2020* dan di Sidang Umum PBB pada tahun 2020 dan 2021 mencerminkan semangat solidaritas global dan pemberdayaan generasi muda. BTS menekankan pentingnya harapan, keberanian, dan konektivitas lintas negara dalam menghadapi pandemi dan

perubahan iklim (United Nations 2021). Nilai-nilai ini sejalan dengan pendekatan Moon Jae In yang mengedepankan diplomasi berbasis nilai dan *people-centered foreign policy*, yakni mengutamakan nilai-nilai kemanusiaan dan solidaritas global dalam menghadapi isu-isu transnasional seperti pandemi, perubahan iklim, dan ketimpangan (Oh and Lee 2021).

3.2.3 *Policy*

Instrumen ketiga dalam *attraction* adalah *policy*. Secara umum, *policy* dipahami sebagai tindakan yang diambil oleh suatu instansi untuk menyelesaikan masalah. Instansi yang dimaksud dapat berupa suatu badan milik pemerintahan, suatu perusahaan, kelompok, dan seterusnya. *Policy* yang dibentuk dan diterapkan dapat berubah tergantung kepentingan instansi terkait serta perubahan zaman yang menimbulkan perubahan konteks maupun makna terhadap permasalahan yang terjadi. Dalam konteks hubungan internasional, *policy* yang dibentuk oleh pemerintah dapat menambah dampak *soft power* negaranya bila tidak merugikan negara lain, serta diluncurkan demi kepentingan kolektif (J. S. Nye 2004).

Penulis telah melakukan analisis terkait relevansi *nature* dari *policy* Korea Selatan dengan penunjukan BTS sebagai Utusan Khusus Presiden pada UNGA 2021. Bentuk instrumen *policy* dapat dilihat dari penekanan mereka terhadap fakta bahwa seluruh anggota grup telah divaksinasi Covid-19. Meskipun tidak memiliki dampak secara langsung terhadap pembentukan suatu kebijakan, poin yang mereka sampaikan di tengah opini masyarakat global terhadap vaksinasi menunjukkan bahwa sebagai salah satu grup musik

terbesar di dunia, secara kolektif BTS mematuhi kebijakan tersebut. Bagi masyarakat yang menentang vaksin, pernyataan BTS dapat diartikan sebagai motivasi untuk mematuhi kebijakan yang dapat menyelamatkan banyak orang, sementara bagi masyarakat yang mendukung vaksin, pernyataan ini meyakinkan mereka bahwa vaksinasi adalah langkah yang tepat. Hal ini signifikan mengingat keberadaan musisi-musisi di dalam grup musik tersebut yang tidak dapat tergantikan dari segi bakat maupun persona. Pemahamannya adalah, apabila orang-orang sepenting itu bersedia mempercayai vaksin yang tersedia saat ini, maka vaksin memang tidak berbahaya bagi manusia dan bahkan efektif membantu melindungi dari Covid-19. Selain itu, BTS juga membantu mempromosikan pentingnya vaksin dalam perjalanan internasional mereka dan sebagai syarat untuk bertemu orang-orang secara luring.

Korea Selatan mengambil manfaat dari pernyataan tersebut dengan mengingatkan dunia internasional kembali akan baiknya sistem penanganan Covid-19 mereka, salah satunya dengan memastikan bahwa utusan khusus negara mematuhi kebijakan yang dibuat terkait vaksinasi. Selanjutnya, hal ini, bersamaan dengan rendahnya angka Covid-19 di Korea Selatan, menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki kemampuan membentuk kebijakan yang efektif bagi kesejahteraan masyarakatnya di masa pandemi, dimana mayoritas negara di dunia kesulitan dalam mengendalikan wabah tersebut. Dalam kaitannya dengan pembuatan kebijakan internasional, BTS dalam hal ini telah memberikan lagi beberapa lapis citra baik bagi Korea Selatan, yakni rasa kepercayaan, efektivitas dalam bersikap, dan keadilan. Melalui keberhasilan

Korea Selatan menyusun dan menerapkan kebijakan terhadap seluruh kelompok masyarakatnya, negara-negara lain akan melihat kapabilitas pemerintah, sekaligus karakter masyarakatnya yang patuh dan kooperatif. Tentunya hal ini menjadi cermin bagi kemampuan Moon dalam memimpin, sehubungan dengan citranya di hadapan masyarakat yang dinilai cukup baik.

Upaya Korea Selatan dalam mempersiapkan BTS mewakili mereka pada UNGA 2021 menunjukkan strategi *soft power* dari segi *policy*. Pernyataan tegas BTS yang memenuhi syarat vaksinasi telah menunjukkan efektivitas sistem yang diterapkan oleh Korea Selatan. Hal ini juga memberi pesan pada masyarakat global tentang pentingnya mematuhi kebijakan untuk melakukan vaksinasi, serta menarik simpati dan meyakinkan negara-negara lain akan kemampuan Korea Selatan sebagai *partner* dalam pembuatan kebijakan kedepannya, seperti yang akan dilakukan dalam UNGA itu sendiri.

3.3 *Co-opt*

Konsep ketiga dalam kerangka *soft power* Joseph Nye adalah *co-opt*, yang berarti membuat pihak lain menginginkan apa yang diinginkan tanpa paksaan. Nye menjelaskan bahwa inti dari *soft power* bukan hanya membuat negara lain mengikuti, tetapi membuat mereka menginternalisasi nilai-nilai, preferensi, atau kebijakan yang Anda usung, karena mereka merasa nilai-nilai tersebut juga bermanfaat bagi mereka. Dalam konteks hubungan internasional, *co-optation* terjadi ketika aktor negara berhasil menyatukan kepentingannya

dengan preferensi publik global melalui alat-alat budaya, nilai politik, atau kebijakan yang menarik dan persuasif. (J. S. Nye 2004).

3.3.1 Political Engagement

Salah satu bentuk utama *co-optation* yang dilakukan BTS adalah melalui keterlibatan mereka dalam kampanye dan agenda global yang berfokus pada kemanusiaan, pembangunan berkelanjutan, dan solidaritas internasional. Meskipun BTS tidak menciptakan program-program seperti UNICEF atau SDGs, kehadiran mereka secara signifikan memperkuat visibilitas dan jangkauan program tersebut—terutama di kalangan generasi muda global. Contoh yang paling signifikan adalah kampanye "*Love Myself*" yang diluncurkan BTS bersama UNICEF pada tahun 2017 dan terus berjalan hingga 2022. Kampanye ini bertujuan untuk memerangi kekerasan terhadap anak-anak dan remaja, serta mendorong self-love dan kesehatan mental. Menurut UNICEF, kampanye ini tidak hanya menghasilkan kesadaran luas, tetapi juga berhasil mengumpulkan donasi lebih dari \$3,6 juta USD untuk program "*END Violence*" (UNICEF 2021). Meskipun berasal dari sektor non-pemerintah, kampanye ini mendukung nilai-nilai yang juga menjadi prioritas dalam diplomasi publik Korea Selatan, yakni empati, perlindungan hak asasi manusia, dan kepedulian sosial global.

Selanjutnya, dalam pidato BTS di Sidang Umum PBB 2021 sebagai Utusan Khusus Presiden Korea Selatan untuk Generasi Masa Depan dan Budaya, mereka secara eksplisit mengangkat dan mendukung *Sustainable*

Development Goals (SDGs) yang menjadi agenda utama PBB. Pidato tersebut mengangkat isu inklusivitas, perubahan iklim, ketimpangan digital, serta pentingnya harapan bagi generasi muda di masa pasca-pandemi. BTS menyampaikan bahwa meskipun generasi muda mengalami kehilangan, mereka tetap memiliki tekad dan adaptasi yang luar biasa (United Nations 2021). Pesan ini memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang berkomitmen terhadap kolaborasi global dan penguatan multilateralisme.

Ditunjuknya BTS sebagai utusan khusus juga merupakan bagian dari kebijakan luar negeri Korea Selatan yang berupaya memperluas diplomasi budaya (*cultural diplomacy*) dan menjangkau audiens global yang tidak dapat dicapai melalui saluran diplomasi formal. Dengan demikian, BTS menjadi perpanjangan dari *statecraft* Korea Selatan, di mana pesan-pesan mereka mendorong publik global untuk mengadopsi nilai-nilai progresif yang selaras dengan kepentingan strategis Korea Selatan.

3.3.2 *Fandom Engagement (ARMY)*

Elemen *co-optation* yang sangat menarik adalah peran fandom BTS, yakni ARMY, sebagai aktor sosial yang secara sukarela mendukung pesan dan nilai-nilai BTS—yang juga selaras dengan kebijakan luar negeri Korea Selatan. Tanpa arahan langsung dari pemerintah atau BTS sendiri, ARMY telah melakukan berbagai aksi sosial yang mendukung nilai-nilai seperti inklusivitas, keadilan sosial, dan solidaritas. Salah satu contohnya adalah ketika ARMY secara kolektif menyumbangkan \$1 juta USD untuk gerakan

Black Lives Matter (BLM) pada tahun 2020, hanya beberapa hari setelah BTS menyampaikan pernyataan dukungan mereka terhadap gerakan tersebut (Rolli 2020). Yang menarik, donasi dari ARMY mencerminkan bukan hanya dukungan terhadap isu sosial di Amerika Serikat, tetapi juga menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diinternalisasi dari BTS telah menjadi pedoman tindakan kolektif global.

Selain itu, komunitas ARMY juga telah melakukan banyak proyek filantropi internasional, seperti mendukung pendidikan di negara-negara berkembang, melakukan kampanye kesadaran iklim, hingga mempromosikan budaya Korea. Banyak proyek ini dijalankan atas nama BTS atau terinspirasi oleh pesan mereka, menunjukkan tingkat *co-optation* yang mendalam dan terdesentralisasi. Ini memperkuat posisi Korea Selatan sebagai sumber inspirasi nilai-nilai global yang humanistik dan progresif (Moon 2020).

Co-optation dalam konteks BTS bukan hanya tentang persuasi simbolik, tetapi tentang internalisasi nilai-nilai Korea Selatan oleh publik global. Melalui peran aktif dalam agenda global dan pengaruh luar biasa terhadap penggemarnya, BTS telah membantu menjadikan nilai-nilai Korea Selatan seperti solidaritas, inklusivitas, dan kemajuan kolektif sebagai bagian dari aspirasi generasi muda global. Ini adalah bentuk *soft power* tertinggi yang menunjukkan kemampuan Korea Selatan untuk memimpin bukan dengan kekuatan keras, tetapi melalui kekuatan inspirasi.

BAB 4

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dalam bidang hubungan internasional, Korea Selatan telah muncul sebagai studi kasus yang menarik dalam pemanfaatan *soft power* secara efektif. Bertentangan dengan anggapan umum, konsep *soft power* bukanlah fenomena baru bagi pemerintah Korea Selatan, karena pemerintah telah lama menyadari potensi ekspor budaya dan diplomasi untuk membentuk persepsi global dan mencapai tujuan strategis. Korea Selatan telah lama mengakui kekuatan *soft power* dan kemampuannya untuk mempengaruhi hubungan internasional. Faktanya, pemerintah Korea Selatan telah menggunakan strategi *soft power* selama beberapa dekade untuk mempromosikan budaya, ekonomi, dan nilai-nilainya di panggung global. Sejak masa awal Korean Wave, dengan ekspor musik pop Korea dan drama televisi, hingga penekanan baru-baru ini pada K-beauty dan K-food, Korea Selatan telah secara aktif memanfaatkan aset *soft power*nya untuk meningkatkan citra internasional dan memperkuat hubungan diplomatiknya.

Dalam beberapa tahun terakhir, berkembangnya popularitas grup musik BTS tidak hanya menarik perhatian penggemar musik di seluruh dunia tetapi juga memainkan peran penting dalam mengubah citra Korea Selatan di panggung global. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kesuksesan BTS yang belum pernah terjadi sebelumnya telah mendorong Korea Selatan ke dalam ranah *soft power*, di mana pengaruh budaya dan

asosiasi positif telah menjadi alat integral dalam hubungan diplomatik, menawarkan kontras yang menyegarkan terhadap gagasan konvensional mengenai dominasi *hard power*. Kekuatan kesuksesan BTS tidak hanya terletak pada musik mereka yang menarik dan penampilan menawan, namun juga pada hubungan tulus yang mereka jalin dengan basis penggemar global mereka, yang dikenal sebagai ARMY.

Melalui musik mereka, BTS mengangkat tema universal tentang cinta, penerimaan diri, dan masalah sosial, yang selaras dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya. Kemampuan untuk mengatasi hambatan bahasa dan budaya telah memungkinkan BTS menjadi simbol budaya Korea Selatan, menampilkan kreativitas, bakat, dan identitas unik negara tersebut kepada dunia. Hasilnya, Korea Selatan mengalami lonjakan minat dari masyarakat internasional, yang kini bersemangat untuk mengeksplorasi dan mengapresiasi kekayaan warisan budaya negara tersebut. Kesuksesan BTS tak hanya menarik perhatian industri musik Korea, tapi juga membuka pintu bagi artis Korea lainnya untuk meraih pengakuan global. Ketertarikan baru terhadap budaya Korea Selatan telah menyebabkan peningkatan pariwisata, karena penggemar dari seluruh dunia berbondong-bondong untuk menikmati kota-kota yang semarak, pemandangan yang menakjubkan, dan masakan lezat yang ditawarkan negara tersebut. Pada akhirnya, pengaruh BTS lebih dari sekedar musik, karena mereka telah menjadi duta Korea Selatan, menyebarkan pesona dan keindahannya ke seluruh penjuru dunia.

Pada bab 2, penulis menjelaskan tentang politik luar negeri Korea Selatan pada era presiden Moon Jae-In. Di bawah presiden Moon Jae-In, Korea Selatan telah muncul sebagai pemain global yang signifikan, memanfaatkan kebijakan luar negerinya yang progresif dan daya tarik internasional grup K-Pop BTS untuk meningkatkan hubungan diplomatik, mempromosikan perdamaian, dan meningkatkan kehadiran budaya global negara tersebut.

Pada bab 3, penulis menganalisis pengaruh BTS sebagai salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan menggunakan dua instrumen, yaitu *agenda setting* dan *attraction*. Melalui partisipasi di acara global seperti UNGA 2021, BTS menyampaikan pesan-pesan diplomasi, toleransi, dan kepedulian terhadap isu global seperti perubahan iklim, dampak pandemi, dan keragaman budaya. Kemampuan BTS untuk menarik perhatian audiens global, terutama generasi muda, menjadikan mereka alat strategis dalam mempromosikan citra Korea Selatan sebagai negara progresif, terbuka, dan toleran. Dengan rekam jejak yang mencakup pengaruh di Amerika Serikat, Eropa, dan Asia, BTS tidak hanya menjadi duta budaya, tetapi juga pilar dalam diplomasi global Korea Selatan, sejalan dengan visi pemerintahan Moon Jae-In untuk meningkatkan hubungan internasional dan posisi strategis dalam ekonomi dunia.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis serta kesimpulan yang telah dipaparkan penulis di atas, tentunya penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga

perlu adanya saran dan rekomendasi yang diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya guna memperdalam kajian dengan tema yang serupa.

Oleh karena itu, penulis membagikan beberapa rekomendasi untuk mempertajam penelitian selanjutnya. Adapun beberapa rekomendasi yang dimaksud sebagai berikut:

1. Dikarenakan penelitian ini mencakup peran grup musik BTS sebagai instrumen *soft power* Korea Selatan secara general, sehingga tidak menjelaskan satu aspek secara keseluruhan. Maka dari itu penelitian selanjutnya akan sangat menarik jika menjelaskan terkait satu aspek, misal, peran grup musik BTS sebagai duta UNICEF atau Peran BTS terhadap perkembangan ekonomi pariwisata Korea Selatan pasca pandemi COVID-19.
2. Melihat dari penelitian ini yang berfokus pada perspektif pemerintah Korea Selatan, penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya yang berfokus pada perspektif ekonomi dan bisnis, dimana BTS dijadikan *Brand Ambassador* merek ternama seperti Hyundai, Samsung, hingga merek baju papan atas Louis Vuitton yang membantu meningkatkan interaksi pelanggan dengan media sosial merek ternama tersebut sehingga memberikan peningkatan terhadap penjualan dalam skala besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonseca, Kiara. "BTS speaks out against anti-Asian hate in White House press briefing." *ABC News*, June 1, 2022.
- Aswad, Jem. "Behind the Scenes at BTS' 'Good Morning America' Performance." *Variety*. May 15, 2019. <https://variety.com/2019/music/news/bts-good-morning-america-gma-video-behind-the-scenes-1203215958/> (accessed February 12, 2024).
- Benjamin, Jeff. "'Learn Korean With BTS' Aims To Break Down Language Barrier & Further Connect Global Fans." *Forbes*, March 22, 2020.
- Borger, Julian. "What is the point of the UN general assembly?" *The Guardian*, September 23, 2019.
- Botto, Kathryn. "South Korea Beyond Northeast Asia: How Seoul Is Deepening Ties With India and ASEAN." *Carnegie Endowment for International Peace*, October 2021: 3-21.
- Brasor, Philip. "BTS Announces Stadiums: 'Love Yourself: Speak Yourself'." *Pollstar News*. February 19, 2019. <https://news.pollstar.com/2019/02/19/bts-announces-stadiums-love-yourself-speak-yourself/> (accessed February 12, 2024).
- Bruner, Raisa. "How BTS Is Taking Over the World." *Time*, October 10, 2018.
- . "The Mastermind Behind BTS Explains the K-Pop Group's Success." *TIME*, October 8, 2019.
- Dahir, Ikran, and Ellie Bate. "BTS Played Wembley Stadium For The First Time And Everyone Cried, Including Us." *BuzzFeed*. June 3, 2019. <https://www.buzzfeed.com/ikrd/bts-performed-sold-out-wembley-stadium> (accessed February 12, 2024).
- Draudt-Véjares, Darcie. "The Transformation of South Korean Progressive Foreign Policy." *Carnegie Endowment for International Peace*, May 2025: 3-7.
- Gallagher, Tim. "K-pop fans are everywhere, but what got Europeans tuning in?" *Euro News*, November 18, 2021.

- Herman, Tamar. "BTS' US TV Appearances Timeline: Watch All Of The Videos." *Billboard*. September 26, 2018. <https://www.billboard.com/music/music-news/bts-us-tv-appearances-timeline-videos-8403159/> (accessed February 12, 2024).
- Hjalmarsson, David Alexandre. "South Korea's Public Diplomacy: A Cultural Approach: The acquirement of soft power." 2013: 4-36.
- Huang, Eustance. "ASIA MARKETS South Korea stocks drop nearly 4% as country raises coronavirus alert to 'highest level'." *CNBC*, February 23, 2020.
- Hyundai Research Institute. "방탄소년단(BTS)의 경제적 효과." *Hyundai Research Institute*. December 17, 2018. https://www.hri.co.kr/kor/report/report-view.html?mode=1&uid=30107&find_field=total&find_word=%EB%B0%A9%ED%83%84%EC%86%8C%EB%85%84%EB%8B%A8&page=1 (accessed June 14, 2025).
- IISD. "76th Session of the UN General Assembly (UNGA 76)." *SDG Knowledge Hub*. September 2021. <https://sdg.iisd.org/events/76th-session-of-the-un-general-assembly-unga-76>.
- Jang, Gunjoo, and Won K. Paik. "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy." *Advances in Applied Sociology*, 2012: 196-202.
- Kang, Duyong, Seonghwan Min, and Sungkeun Park. "The Impact of the Covid-19 Pandemic on the Korean Economy and Industry: An Interim Assessment One Year after the Outbreak." *KIET Industrial Economic Review (SSRN)* 26, no. 5 (October 2021): 6-17.
- Kasulis, Kelly. "Coronavirus brings out anti-Chinese sentiment in South Korea." *Aljazeera*, February 21, 2020.
- Keith, Sarah. "BTS as cultural ambassadors : K-pop and Korea in Western media." In *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*, 155-167. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2021.
- Kelley, Caitlin. "BTS Lead The Growth Of Hallyu To Nearly 90 Million Fans Worldwide In 2018." *Forbes*, January 11, 2018.
- Khushboo, Kumari. "Top 10 countries with most BTS fans." *Sportskeeda*. March 9, 2022. <https://www.sportskeeda.com/pop-culture/10-countries-bts-fans> (accessed February 12, 2024).

- Kim, Bok Rae. "Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)." *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (October 2015): 154-160.
- Kim, Youna. *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Changing Cultural Politics*. London: Routledge, 2021.
- Ko, Juntae. "Defining political ideologies in South Korea." April 9, 2022.
- Lee, Jae Young. "The New Northern Policy and Korean-Russian Cooperation." *Russia In Global Affairs*. November 15, 2017.
<https://eng.globalaffairs.ru/articles/the-new-northern-policy-and-korean-russian-cooperation/> (accessed June 13, 2025).
- MOFA Korea. "Panmunjom Declaration for Peace, Prosperity and Unification of the Korean Peninsula." *Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea*. November 9, 2018.
https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5478/view.do?seq=319130&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=1&titleNm (accessed June 13, 2025).
- Moon, Kat. "Inside the BTS ARMY, the Devoted Fandom With an Unrivaled Level of Organization." *TIME*, November 18, 2020.
- Nam, Jieun. "BTS' use of sign language in "Permission to Dance" music video draws international praise." *HANKYOREH*, July 15, 2021.
- Nye, Joseph. "Public Diplomacy and Soft Power." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (March 2008): 94-109.
- Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. New York: PublicAffairs, 2004.
- . *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go it Alone*. Oxford University Press, 2003.
- Nye, Joseph. "Soft power: the origins and political progress of a concept." *The Journal of International Communication* 28, no. 1 (February 2017): 1-7.
- Nye, Joseph, and Youna Kim. "Soft Power and the Korean Wave." In *South Korean Popular Culture and North Korea*. Oxon: Routledge, 2019.

- Oh, Chae Young, and Shi Hoo Lee. "South Korean President appoints BTS as special envoys before their visit to the UN." *ABC News*, September 14, 2021.
- Parameswaran, Prashanth. "What Does Moon's 'New Southern Policy' Mean for ASEAN-South Korea Ties?" *The Diplomat*. July 10, 2018. <https://thediplomat.com/2018/07/what-does-moons-new-southern-policy-mean-for-asean-south-korea-ties/> (accessed June 13, 2025).
- Rolli, Bryan. "BTS ARMY Matched The Group's \$1 Million Black Lives Matter Donation, Proving The Positive Power Of Fandoms." *Forbes*, June 8, 2020.
- Romano, Aja. "BTS, the band that changed K-pop, explained." *Vox*. June 13, 2018. <https://www.vox.com/culture/2018/6/13/17426350/bts-history-members-explained> (accessed February 12, 2024).
- Sari, Ine Yulita. "BTS Pertahankan Gelar Top Social Artist di Billboard Music Awards 2018." *Liputan 6*, May 21, 2018.
- Shim, Woo Hyun. "BTS world tour sold out." *The Korea Herald*. June 3, 2018. <https://m.koreaherald.com/article/1689982>.
- Swajaya, Ngurah. "Enter 'New normal': Diplomacy post-COVID-19." *The Jakarta Post*. May 28, 2020. <https://www.thejakartapost.com/academia/2020/05/28/enter-new-normal-diplomacy-post-covid-19.html> (accessed June 13, 2025).
- Tassi, Paul. "'Squid Game' Is Now The #1 Show In 90 Different Countries." *Forbes*, October 3, 2021.
- Trottier, James. "The Biden Administration's North Korea Policy: A New Direction or Back to the Future?" *Canadian Global Affairs Institute*, 2021: 1-10.
- UNICEF. "UNICEF and BTS celebrate success of 'groundbreaking' LOVE MYSELF campaign." *UNICEF*. October 6, 2021. <https://www.unicef.org/vietnam/press-releases/unicef-and-bts-celebrate-success-groundbreaking-love-myself-campaign> (accessed June 14, 2025).
- United Nations. "BTS - tomorrow's generation across the world as we face this COVID-19 pandemic together #UNGA." *YouTube*. September 24, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=VB55rrifs8k> (accessed June 15, 2025).

—. "World leaders, BTS, join Guterres in call to get SDGs back on track." *United Nations*. September 20, 2021. <https://www.un.org/en/desa/world-leaders-bts-join-guterres-call-get-sdgs-back-track> (accessed June 14, 2025).

Variety. "Watch BTS Deliver Heartfelt Messages to Fans During 'Dear Class of 2020' (Video)." *Variety*, June 7, 2020.

World Health Organization. *Timeline: WHO's COVID-19 response*. 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline> (accessed June 13, 2025).

Yam, Kimmy. "Anti-Asian hate crimes increased by nearly 150% in 2020, mostly in N.Y. and L.A., new report says." *NBC News*, March 10, 2021.

Yang, Jonghoe. "The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas." *Development and Society* 41, no. 1 (June 2012): 103-147.

Yoo, Jeeho. "BTS to wrap up world tour in Thailand." *Yonhap News Agency*. April 7, 2019. <https://m-en.yna.co.kr/view/AEN20190407001400315> (accessed February 12, 2024).