

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Korea Selatan dan Amerika Serikat telah menjalani kerja sama internasional dalam jangka waktu yang lama. Hubungan ini berawal dari Perang Korea dan perjanjian pasca perang, yang menjadi titik awal terbentuknya kerja sama yang erat antara kedua negara, terutama dalam bidang pertahanan dan ekonomi. Kedekatan ini dipicu oleh kepentingan nasional masing-masing pihak. Amerika Serikat memandang Korea Selatan sebagai sekutu penting dalam kerja sama strategis dan ekonomi di kawasan Asia. Di sisi lain, Korea Selatan menganggap Amerika Serikat sebagai mitra yang dapat membantu melindungi keamanan negaranya, khususnya dalam menghadapi ancaman dari negara lain.

Hubungan kerja sama internasional antara keduanya juga berperan dalam mendukung upaya Pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan budayanya melalui diplomasi budaya. Korea Selatan bertujuan menciptakan citra positif di mata masyarakat internasional, yang dikenal sebagai "nation branding." Salah satu strategi yang diterapkan oleh Korea Selatan adalah memanfaatkan kekayaan budayanya, yang sering disebut sebagai "Korean Wave Culture."

Prioritas utama kebijakan luar negeri Korea Selatan saat ini adalah penyebaran diplomasi budaya. Ini terlihat dari dokumen seperti "Master Plan of Public Diplomacy 2017-2021 (Public Diplomacy Act)", Five Year Plans of the Moon Jae In Administration, dan Diplomatic White Paper 2018, di mana diplomasi publik dan hallyu (budaya populer Korea Selatan) menjadi bagian penting dari

strategi diplomasi. Hallyu sendiri merujuk pada penyebaran budaya populer Korea Selatan seperti fashion, make up, makanan, drama, dan musik (k-pop) Korea Selatan berencana untuk memperluas penyebaran hallyu secara global, termasuk ke Amerika Serikat, di mana k-pop semakin populer melalui grup idola BTS (Forum., 2017).

Korean Pop (K-Pop) merupakan produk budaya populer dari Korea Selatan yang sangat terkenal hingga ke mancanegara. Produk ini berupa musik berjenis pop. K-Pop muncul pada sekitar tahun 1960-an bersama Japanese Pop (JPop), yang lebih dulu dikenal oleh publik. Industri musik Korea Selatan menciptakan boyband dan girlband karena ingin budaya mereka diakui oleh seluruh dunia. K-Pop memiliki dua unsur utama, yaitu fashion dan musik. Musiknya sendiri, walaupun bernama pop, kini terbagi ke dalam berbagai jenis genre, di antaranya hip hop, dance, dan rhythm and blues (R&B) yang dipadukan dengan koreografi dan kostum yang menarik (Adi, t.thn.). Pada tahun 1930-an, K-Pop pramodern muncul untuk pertama kalinya. Penyebabnya adalah masuknya musik JPop yang ikut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Karena saat itu adalah masa penjajahan Jepang, musik K-Pop tidak terlalu berkembang dan hanya mengikuti budaya J-Pop pada saat itu. Pada tahun 1950-an dan 1960-an, musik pop Barat mulai masuk ke Korea. Hal ini ditandai dengan banyaknya pertunjukan musik yang diadakan di pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan. Pada awalnya, musik K-Pop terbagi dalam genre atau jenis yang berbeda-beda. Pertama, genre oldies. Genre oldies ini populer di tahun 1960-an. Kedua, genre rock. Genre rock ini diperkenalkan oleh Cho Yong-pil di tahun 1970-an. Kemudian, ada pula genre lain yang cukup digemari, yaitu genre trot. Genre ini dipengaruhi oleh gaya musik enka dari Jepang (Neverens, 2011). Pada tahun 1990-an, musik Kpop

cenderung bergenre dance dan hip hop. Genre ini pertama kali ditampilkan oleh Seo Taiji and Boys di tahun 1992, dan menandai awal musik K-Pop modern di Korea Selatan. Musik K-Pop modern memberikan suasana dan warna baru dengan aliran musik rap, rock, dan techno Amerika. Pada tahun 2000-an mulai bermunculan para pendatang baru yang berbakat. Hingga kini, musik K-Pop terus berkembang hingga ke Asia Tenggara, bahkan ke berbagai penjuru dunia (Neverens, 2011).

Sebelum K-pop menjadi populer di Amerika Serikat, industri musik di negara tersebut telah mengalami beberapa perubahan dan telah memiliki kekhasan dan trennya sendiri. Beberapa faktor yang mempengaruhi industri musik Amerika sebelum popularitas K-pop antara lain:

Dominasi musik pop dan hip-hop: Sebelum popularitas K-pop, genre musik pop dan hip-hop telah mendominasi industri musik Amerika Serikat. Artis-artis seperti Beyoncé, Taylor Swift, Rihanna, Katy Perry, dan Justin Bieber telah menjadi pusat perhatian dalam industri musik.

Industri musik independen: Amerika Serikat memiliki industri musik independen yang kuat dan berkembang. Label-label independen dan artis-artis yang tidak tergabung dalam major label mendapatkan popularitas dan kesuksesan dengan pendekatan yang lebih alternatif dan eksperimental.

Dominasi radio dan platform streaming: Sebelum popularitas K-pop, radio masih menjadi salah satu sumber utama untuk mendengarkan musik di Amerika Serikat. Selain itu, perkembangan platform streaming musik seperti Spotify, Apple Music, dan Pandora juga telah memainkan peran penting dalam menyebarkan dan mempromosikan musik di Amerika Serikat.

Popularitas musik rock: Industri musik Amerika juga melihat popularitas yang signifikan dari genre musik rock. Grup-grup rock terkenal seperti Foo Fighters, Red Hot Chili Peppers, Linkin Park, dan Imagine Dragons mendapatkan popularitas yang besar di Amerika Serikat sebelum popularitas K-pop. Keberhasilan boy band dan girl group: Sebelum K-pop, Amerika Serikat telah mengalami keberhasilan beberapa boy band dan girl group. Grup-grup seperti Backstreet Boys, \*NSYNC, Destiny's Child, dan Spice Girls meraih popularitas yang besar pada tahun 1990-an dan awal 2000-an.

Musik populer Korea (K-pop). Muncul sebagai bentuk baru dari soft power Korea Selatan, dalam kelangsungannya Hallyu memaksimalkan peran aktor non pemerintah yakni dengan menyertakan sektor swasta yang bergerak di bidang industri hiburan dan media sebagai aktor penunjang utama. Inilah yang menyebabkan eksposur terhadap budaya Korea terbilang multi-lapis dan multi-arah. Efek dari penyebarannya dinilai sangat luas dan eksklusif yang mana tidak hanya sebatas ekspor produk budaya, melainkan juga berpengaruh kepada gaya hidup masyarakat di Asia yang mulai bergeser. Dan dalam kurun waktu yang singkat, dengan bantuan media, merujuk pada skenario Hallyu 3.0 yang bukan lagi sekedar penyebaran musik pop Korea, film, dan drama, tetapi kekuatan Korea dalam penyebaran aspek ide dan bahasa, atau dalam kata lain, penyebaran pandangan terhadap gaya hidup baru yang masif.

Pada tahun 2012, girl group asal Korea Selatan, Girls' Generation, membuat debut mereka di Amerika dengan menampilkan lagu "The Boys" pada acara televisi.

"David Letterman Show". Sejak saat itu, popularitas K-Pop terus meningkat dan banyak grup dan solois K-Pop lainnya mulai memasuki pasar musik Amerika (Benjamin, 2012).

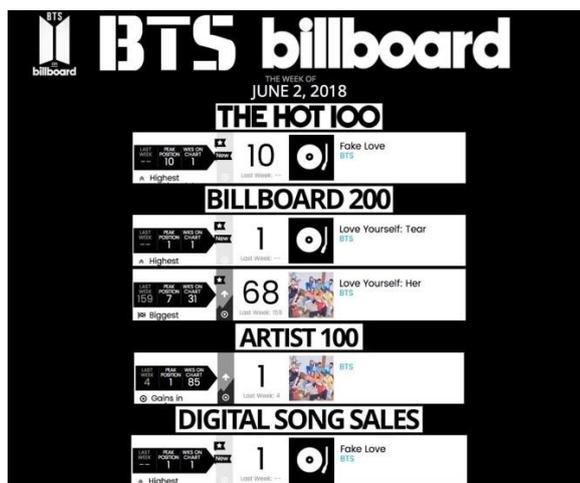
**Gambar 1. 1.Girls' Generation Performs on  
“Late Show with David**



*Sumber: Shosfied.com*

Pada tahun 2018, boy group BTS menjadi grup K-Pop pertama yang berhasil memasuki chart Billboard Hot 100 dengan lagu "Fake Love". Kemudian, mereka menjadi grup K-Pop pertama yang berhasil memenangkan award di acara musik besar seperti American Music Awards dan Billboard Music Awards. Kemenangan ini menunjukkan bahwa K-Pop mulai diterima dan diakui secara luas oleh masyarakat Amerika .

**Gambar 1. 2. BTS “Fake Love” chart  
Billboard Hot 100**



*Sumber: Twitter/ BTS Billboard*

Selain itu, banyak acara musik dan festival yang mulai menampilkan artis K-Pop, termasuk KCON, acara festival musik dan budaya Korea terbesar di dunia yang berlangsung di Amerika. KCON telah menjadi platform bagi banyak grup K-Pop untuk memperkenalkan diri kepada penggemar baru dan memperkuat popularitas mereka di Amerika.

Penyebaran luas Korean Wave Culture ke seluruh dunia juga memiliki dampak yang signifikan pada ekonomi Korea Selatan. Duta Besar Indonesia untuk Korea Selatan, Umar Hadi, menjelaskan bahwa Korea Selatan berhasil menjalankan strategi ini dengan menghasilkan keuntungan sebesar 52,5 miliar KRW atau setara dengan 45,6 juta dolar AS pada tahun 2019 (Uly, 2020). Korean Wave Culture adalah cara di mana budaya Korea Selatan diwujudkan melalui produk budaya seperti makanan (K-Food), destinasi wisata, drama (K-Drama), produk kosmetik, gaya fashion (K-Style), dan musik (K-Pop).

Menurut KOFICE, penyebaran Hallyu (Korean Wave) di Amerika Serikat menghadapi tantangan yang beragam. Hubungan antara Korea Selatan dan Amerika Serikat, yang didominasi oleh aspek keamanan, telah mengalami pasang surut sejak terpilihnya Presiden Donald Trump pada tahun 2017. Kenaikan biaya militer yang disediakan oleh Amerika Serikat serta rencananya untuk menarik diri dari KORUS-FTA (Perjanjian Perdagangan Bebas Korea-Amerika Serikat) yang diumumkan oleh Presiden Trump, menunjukkan adanya kerenggangan dalam hubungan kedua negara. Menurut hasil survei Korean Foundation For International Culture Exchange (KOFICE) pada tahun 2017, masyarakat Amerika Serikat masih memiliki persepsi negatif terhadap Korea Selatan dan Hallyu, sehingga berdampak pada kebijakan Amerika Serikat terhadap Korea Selatan. Survei tersebut menunjukkan bahwa persepsi negatif masyarakat Amerika Serikat terhadap Korea

Selatan dan industri hiburan Hallyu masih cukup tinggi, yakni sebesar 35,6%. Hal ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat Amerika Serikat hanya melihat Korea Selatan dari sudut pandang negatif, seperti akibat dari perang dan tensi diplomatik dengan Korea Utara (KOFICE., 2018).

Meskipun Hallyu menghadapi berbagai tantangan, penyebarannya di Amerika Serikat tetap menunjukkan keberhasilan. Survei KOFICE dalam laporan Global Survei lain yang dilakukan oleh Chicago Council pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Korea Selatan menjadi negara yang paling disukai oleh masyarakat Amerika (Jeong Gil-hwa, 2021).

Keberhasilan Hallyu atau gelombang budaya Korea di Amerika Serikat tidak diragukan lagi. Bukti dari popularitas grup idola BTS yang berhasil menduduki puncak Billboard Hot 100 Chart dan kolaborasi antara Black Pink dan Selena Gomez yang mencatatkan rekor sebagai artis wanita dengan tayangan video terbanyak di YouTube (Aisha, 2018).

Dikutip dari CNN, Film "Parasite" juga menjadi bukti bahwa Hallyu mampu menarik perhatian publik dengan meraih Piala Oscar pada tahun 2020. Selain itu, penambahan 26 bahasa Korea dalam kamus bahasa Inggris membuktikan bahwa budaya Korea memiliki pengaruh yang kuat dan menjadi instrumen diplomasi yang efektif.

Menurut Jenna Gibson, keberhasilan hallyu di dunia tidak lagi perlu dipertanyakan. Melalui produk budaya populernya, hallyu berhasil menembus pasar Amerika Serikat dan memperoleh popularitas yang besar di sana. Dapat dikatakan bahwa hallyu telah berhasil mengubah persepsi publik Amerika Serikat terhadap budaya Korea dan membuktikan bahwa budaya Korea merupakan salah satu budaya yang sangat disegani dan diminati di dunia. Hallyu membuktikan bahwa

budaya Korea memiliki daya tarik yang kuat dan mampu menarik perhatian masyarakat global (Gibson, 2020).

Korea Selatan membangun citra negara melalui Korean Wave, yaitu dukungan pemerintah dan masyarakat dalam mempromosikan budaya negaranya melalui industri musik. Beberapa idol K-Pop, seperti BTS, membantu memperkenalkan identitas ekonomi dan budaya negara dan membantu mencapai tujuan nasional seperti kerja sama dengan Amerika Serikat. Pencitraan negara ini sangat penting bagi pembangunan ekonomi dan mempromosikan produk ke seluruh dunia.

Maka berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah dipaparkan, penulis mengangkat fenomena ini menjadi sebuah penelitian yang berjudul **“Diplomasi Publik Korea Selatan di Amerika Serikat Melalui K-pop dan Implikasinya Terhadap Industri Musik Korea Selatan di Amerika Serikat?.**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut

"Bagaimana Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Korea Selatan di Amerika Serikat melalui Kpop serta Implikasinya Terhadap Industri Musik Korea Selatan?."

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah penulis paparkan, maka penulis perlu membatasi masalah agar pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus pada merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam mendekati pada pokok permasalahan yang akan dibahas. Penelitian ini akan berfokus pada aktivitas diplomasi publik Korea Selatan melalui K-pop di Amerika Serikat pada masa mulainya jabatan Presiden Moon Jae In pada tahun 2017-2022.

Topik ini dipilih karena K-pop belakangan ini semakin populer di kalangan publik AS, terutama setelah penggunaan media sosial yang mudah diakses.

Penelitian ini akan berfokus pada K-pop, yang didukung oleh media sosial seperti YouTube dan layanan lokal lainnya. Pemerintah dan industri konten kreatif Korea mendukung figure Kpop sebagai diplomat budaya dalam promosi dan pemasaran Kpop dan dampak Kpop terhadap industri musik Koera Selatan.

## **1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami pentingnya K-pop sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan yang memanfaatkan media dan jejaring sosial dalam mencapai publik di Amerika Serikat.
2. Untuk memahami bagaimana aktor-aktor non-pemerintah dapat merespon perubahan dunia yang sudah beralih ke era media sosial yang lebih matang, serta munculnya era streaming, untuk menjalankan agenda Hallyu dan membuatnya lebih berkelanjutan di mata publik AS.

### **1.4.2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung sesuai dengan tujuannya.

#### **1. Manfaat teoritis**

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini adalah sebagai acuan bagi para peneliti yang tertarik mempelajari topik yang sama mengenai diplomasi publik oleh aktor non-pemerintah dan peran media dalam hubungan internasional. Sementara itu,

#### **2. Manfaat praktis**

Sebagai prasyarat kelulusan mata kuliah skripsi dalam program Strata-1 Pada Program studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pasundan.