

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### VI.1 KESIMPULAN

Korea Selatan adalah salah satu negara yang sudah menggunakan Budaya sebagai instrument baru diplomasi publik nya. Diplomasi Publik pada dasarnya adalah upaya yang dilakukan oleh suatu Negara, yang ditujukan untuk memenangkan hati serta pikiran publik asing. Dalam hal ini, setelah mendapatkan perhatian besar dari khalayak luas dan diberi nama Hallyu atau *Korean Wave* di akhir tahun 2000-an, pemerintah Korea Selatan mulai menggunakan industri budaya populer nya sebagai pendekatan diplomasi publik mereka. Korea Selatan memanfaatkan perkembangan sistem Internasional dan menjadikan Budaya Populer nya dalam membangun strategi *Soft Power*. Dalam hal ini, BTS sebagai bagian dari *Korean Wave* itu sendiri hadir dalam kerangka kerja yang lebih spesifik dalam kegiatan Diplomasi Publik sebagai aktor non-negara yang berhasil mengumpulkan perhatian global dan menjadi fenomena besar di dunia serta telah memperoleh pengakuan dan validasi sebagai budaya populer global. Kontribusi BTS sebagai salah satu pendorong utama dalam mendukung keberhasilan Diplomasi Publik Korea Selatan telah cukup signifikan. BTS menggunakan *platform* mereka yang luas untuk menjangkau orang-orang yang mendengarkan music mereka serta menyukai dan menghargai mereka. BTS juga menggunakan *platform* mereka untuk memperkenalkan budaya mereka, seperti makanan, Bahasa, dan tempat wisata.

Di Indonesia sendiri, popularitas BTS terus meningkat setiap tahunnya. Dalam hal ini, BTS telah berhasil memenangkan hati masyarakat Indonesia dalam hal-hal yang ditawarkan oleh BTS. Loyalitas penggemar BTS yang sangat tinggi di Indonesia juga telah menjadi perpanjangan tangan BTS dalam memperluas penyebaran pengaruh mereka. Hal ini dibuktikan dengan banyak nya dampakdampak yang dihasilkan oleh BTS di Indonesia, seperti banyak nya masyarakat Indonesia yang menghadiri acara-acara BTS. Animo masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap setiap hal yang berkaitan dengan BTS menjadikan setiap produk yang di iklani oleh BTS selalu terjual habis. Seperti halnya kolaborasi BTS dengan Samsung dan Hyundai yang merupakan salah satu perusahaan terbesar Korea Selatan. Selain itu, BTS juga telah meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk mengunjungi Korea Selatan. Hal ini didukung oleh data yang

menyatakan bahwa jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan selalu meningkat setiap tahunnya semenjak tahun 2018. Menurut survey yang dilakukan penulis juga, banyak masyarakat Indonesia yang telah atau ingin mengunjungi Korea Selatan karena BTS. Hal ini memberikan keuntungan ekonomi langsung bagi Korea Selatan. BTS juga telah berhasil merubah persepsi negative masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan menjadi lebih baik. Selain itu BTS telah meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk lebih mengenal budaya Korea Selatan, termasuk mempelajari Bahasa Korea. Oleh karena itu, dalam hal ini BTS sebagai aktor nonnegara telah berhasil berperan dan berkontribusi aktif dalam mendukung pencapaian tujuan Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia, salah satunya adalah peningkatan citra positive Korea Selatan dan keuntungan ekonomi.

## **VI.2 SARAN**

Dari penelitian yang penulis sudah lakukan diatas, penulis memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai penelitian serupa untuk melakukan penelitian secara mendalam, seperti membahas dari sudut pandang atau teori dan konsep yang lain. Penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan, yaitu melibatkan perwakilan pemerintah resmi dari kedua negara, yaitu Indonesia dan Korea Selatan dan bagaimana peran aktor non-negara, dalam hal ini *boygroup* BTS dapat berperan aktif dalam mendukung kegiatan Diplomasi Publik Korea Selatan.