

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan fenomena yang dialami oleh seluruh negara dan masyarakat tanpa terkecuali. Fenomena globalisasi digambarkan sebagai ekspresi inklusif dari kemunculan peradaban di seluruh dunia, di mana dalam hal ini kejadian ekonomi, politik, lingkungan, dan budaya di satu bagian dunia dengan cepat memiliki makna dan implikasi dan pada akhirnya mampu memberikan dampak pada masyarakat di bagian lain dunia (Davies & Egbuchu, 2019). Sehingga globalisasi memungkinkan masyarakat ataupun negara untuk saling terhubung satu sama lain, di mana pun, dan kapan pun. Kehadiran globalisasi juga memiliki dampak dalam lingkup hubungan internasional, yang dapat dilihat dari munculnya aktor-aktor baru sekaligus isu-isu internasional yang berkembang dari yang awalnya bersifat *bipolar* menjadi *multipolar* sebagai akibat dari memasuki era kontemporer. Hal ini kemudian memicu adanya perkembangan dari aktivitas diplomasi.

Dalam studi ilmu hubungan internasional, diplomasi menjadi salah satu aspek utama yang tidak bisa dipisahkan. Menurut David W. Ziegler, diplomasi dapat dipahami sebagai sebuah ‘senjata’ kebijakan luar negeri sebuah negara, dimana hal ini memegang peranan yang sangat vital untuk menjalin perdamaian dunia. Diplomasi sendiri memiliki banyak tujuan, diantaranya untuk mempromosikan kepentingan dan menyebarkan pengaruh dari suatu negara, hingga membuktikan eksistensi dari suatu negara. Hal tersebut dikarenakan diplomasi pada dasarnya adalah aktivitas politik yang apabila mampu dimanfaatkan oleh sumber daya yang baik dan terampil, maka dapat menjadikannya sebagai unsur utama dari kekuasaan (Berridge, 2010). Dalam studi ilmu hubungan internasional pun dikenal dengan adanya dua teori, yakni *hard power*, kekuatan yang bersifat memaksa, dan juga *soft power*, sebagai kekuatan yang bersifat mempengaruhi. *Hard power* cenderung lebih didominasi oleh perang dan gencatan senjata dimana setiap negara berlomba-lomba untuk saling menunjukkan *power*-nya di arena internasional.

Namun, di dunia yang lebih modern, eksistensi dari *hard power* semakin digantikan oleh keberadaan *soft power* yang dinilai lebih efektif digunakan pada masa kini.

Salah satu contoh penggunaan *soft power* yang marak dipraktikkan berbagai negara pada saat ini adalah diplomasi publik, yang dimaknai sebagai salah satu strategi ataupun upaya aktor-aktor dalam hubungan internasional untuk mencapai kepentingan nasional. Joseph Nye dalam tulisannya (2008) menjelaskan bahwa *soft power* yang dimiliki oleh suatu negara bersumber dari tiga hal utama, yakni: kebudayaannya, nilai-nilai politik yang dimiliki negara tersebut, dan kebijakan luar negeri negara tersebut. Apabila suatu negara bisa memanfaatkan ketiga hal tersebut dengan baik, maka diplomasi publik yang dijalankan mampu untuk memberikan dampak positif yang signifikan dan efektif dalam rangka mencapai tujuan nasional yang strategis. Terlebih dengan adanya pengaruh dari globalisasi, diplomasi tidak hanya semata-mata membahas mengenai hubungan antar negara dari segi politik saja. Hal tersebut seturut dengan apa yang disampaikan oleh Nurika (2017) bahwa aktivitas diplomasi mengalami perluasan bidang dan sifatnya lebih fleksibel. Hal tersebut dikarenakan bahwa diplomasi dapat dilakukan oleh siapa pun dalam bentuk apapun dan di mana pun karena sifatnya yang lebih multi-dimensional. Dalam hal ini, banyak negara yang gencar melakukan diplomasi publik dalam bentuk diplomasi budaya. Dengan adanya dukungan dari aspek globalisasi, maka setiap negara di dunia semakin berlomba-lomba untuk menyebarkan pengaruhnya melalui diplomasi budaya. Hal ini dikarenakan diplomasi budaya dinilai lebih hemat, aktor yang melakukan tidak hanya terbatas pada negara namun juga aktor non-negara, dan memiliki dampak yang juga lebih efektif.

Salah satu negara yang paling menarik perhatian dunia karena keberhasilan diplomasi budayanya adalah Korea Selatan. Walaupun dulu lebih dikenal sebagai negara monokultural, namun Korea Selatan secara perlahan beralih menjadi negara multikultural. Peralihan ini juga nampak dari penekanan sistem pendidikannya yang dulu lebih menekankan pada nasionalistik atau monokultural, sekarang lebih menekankan pada multikulturalisme dan pendidikan kewarganegaraan global (Brown & Koo, 2015). Hal ini juga didukung dengan adanya proses globalisasi yang memungkinkan masuknya individu atau masyarakat asing ke Korea Selatan untuk berbagai tujuan atau kepentingan. Sehingga keyakinan lama bahwa Korea

adalah masyarakat ‘homogen’ secara etnis, bahasa, dan budaya telah ditentang oleh pekerja migran, keluarga, dan populasi siswa yang beragam secara etnis dari berbagai negara (Moon, 2010). Dengan demikian, Korea Selatan memanfaatkan momentum ini untuk mempromosikan negaranya melalui jalur diplomasi budaya. *Hallyu Wave* atau *Korean Wave*, terutama K-Pop, merupakan contoh keberhasilan diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan. Korea Selatan berhasil membuat *nation branding* yang baik melalui kemampuannya dalam menyebarluaskan diplomasi budayanya sebagai salah satu bentuk *soft power* bila dilihat dalam dunia hubungan internasional.

Kawasan Timur Tengah menjadi salah satu tujuan dari diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave*. Timur Tengah sendiri merupakan kawasan yang terletak di sekitar pantai selatan dan timur dari laut Mediterania. Apabila dilihat secara politis dan juga budaya, kawasan Timur Tengah dianggap sebagai bagian dari benua Asia atau Afrika-Eurasia. Namun sebenarnya, istilah Timur Tengah sendiri merupakan istilah tidak resmi yang diberikan kepada negara-negara yang berada di kawasan pertemuan antara tiga benua, yakni Asia, Afrika, dan juga Eropa. Dalam hal ini, tidak ada daftar resmi yang secara jelas menyatakan jumlah pasti dari negara-negara yang termasuk dalam kawasan Timur Tengah. Secara umum, terdapat 17 negara Timur Tengah yang terdiri dari Mesir, Bahrain, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Turki, Siprus, Israel, Irak, Iran, Qatar, Palestina, Lebanon, Kuwait, Oman, Yemen, Yordania, dan Syria (Pariona, 2020). Namun terkadang, terdapat penambahan negara seperti Afghanistan, Pakistan, Komoro, Sudan, Somalia, Maghreb, dan Djibouti yang dalam hal ini lebih dikenal dengan sebutan ‘*Greater Middle East*’. Timur Tengah merupakan rumah bagi tiga agama terbesar di dunia, yakni: Islam, Nasrani, dan Yahudi, dengan Islam sebagai agama yang mendominasi dan banyak dianut oleh etnis Arab. Walaupun menjadi rumah bagi tiga agama terbesar di dunia, hal tersebut tidak menjadikan situasi sosial di Timur Tengah berjalan dengan damai dan harmonis. Timur Tengah menjadi kawasan yang dikenal sebagai ‘sarang konflik’ antara Timur dan juga Barat dan kental dengan unsur konservatisme. Konservatisme sendiri menurut Mannheim (dalam Ramazaniandarzi & Javadikouchaksaraei, 2016) memiliki prinsip utama untuk menolak prinsip dasar kaum borjuis, termasuk filosofi hak-hak yang bersifat

kodrat dan kontrak sosial, serta gagasan dari kebebasan individu, kesetaraan, dan komponennya. Sehingga dalam hal ini, konservatisme menolak gagasan yang sifatnya dapat membawa perubahan pada masyarakat karena dianggap tidak mungkin untuk dilakukan. Pada akhirnya gagasan konservatisme meyakini bahwa masyarakat tidak akan mampu untuk berfungsi dengan baik tanpa adanya pengaruh dari agama dan etika. Keadaan Timur Tengah yang dikenal sebagai daerah yang konservatis membuat pengaruh dari Barat sulit untuk memasuki pasar Timur Tengah. Bahkan terdapat banyak restriksi yang bersifat konservatis, seperti larangan akan adanya hiburan, larangan berpakaian terutama bagi kaum wanita, bahkan larangan bagi kaum wanita untuk menyetir.

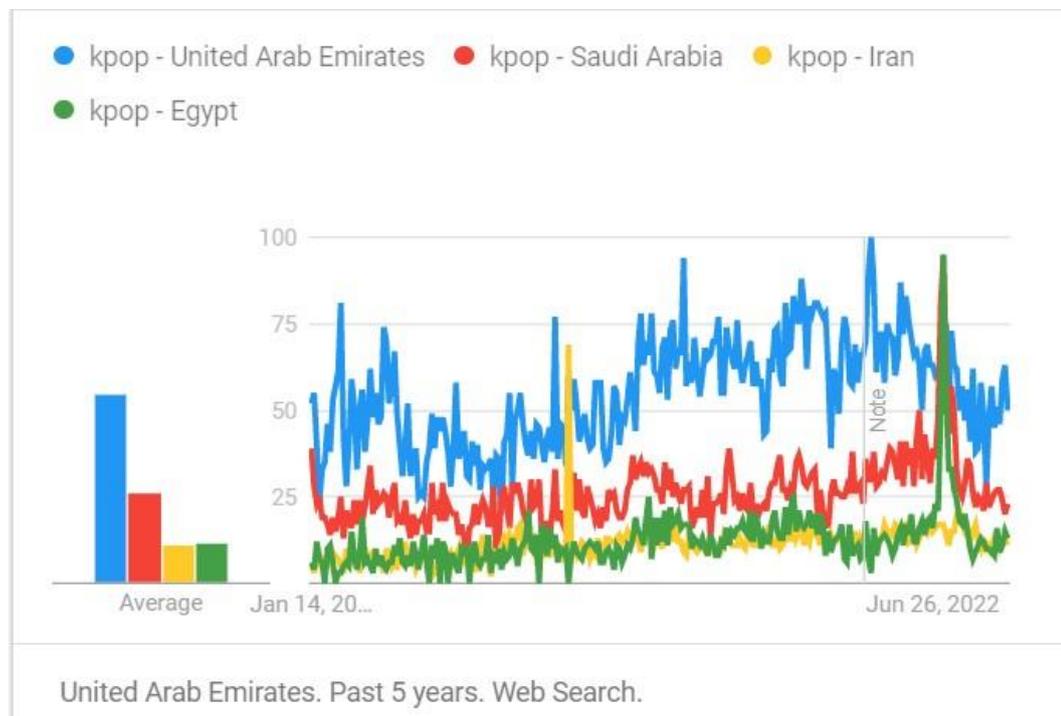
Uni Emirat Arab sebagai salah satu negara yang tergabung dalam kawasan Timur Tengah merupakan negara Timur Tengah yang paling maju. Hal tersebut dikarenakan, semenjak federasinya pada tahun 1971, Uni Emirat Arab sudah banyak berkembang hingga dikenal dengan infrastrukturnya yang sangat modern dan bahkan menjadi rumah bagi banyak *event* internasional sekaligus pusat bagi banyak aktivitas transportasi dan perdagangan dunia. Uni Emirat Arab sendiri merupakan bentuk federasi dari total tujuh emirat, yakni: Abu Dhabi, sebagai ibu kota sekaligus emirat terbesar dan terkaya dari enam emirat lainnya, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al-Quwain, Fujairan, dan Ras Al Khaimah. Secara politik, Presiden dari Uni Emirat Arab adalah Yang Mulia Sheikh Mohammed bin Zayed Al Nahyan, sedangkan jabatan Wakil Presiden dipegang oleh Penguasa Dubai Yang Mulia Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum yang juga memegang posisi sebagai Perdana Menteri dan Menteri Pertahanan. Meskipun tergolong sebagai negara yang maju, namun Uni Emirat Arab juga tidak terlepas dari pemberlakuan restriksi yang cenderung konservatis, meskipun aturan yang berlaku tidak seketat di Arab Saudi. Sehingga dalam hal ini, Uni Emirat Arab menjadi negara di Timur Tengah yang cenderung mampu untuk membuka pintunya terhadap pengaruh dari Barat atau negara luar, salah satunya adalah *Hallyu Wave* dari Korea Selatan.

*Hallyu Wave* atau *Korean Wave* sendiri merupakan suatu fenomena yang sudah dipopulerkan pada akhir tahun 90-an namun mulai tersebar secara internasional pada awal tahun 2000-an. Popularitasnya ini menjangkit seluruh dunia, tanpa terkecuali Timur Tengah. Namun, masyarakat Timur Tengah belum

begitu kenal dengan *Korean Wave* hingga awal tahun 2000. Popularitas *Korean Wave* di Timur Tengah sendiri dimulai dari penayangan drama Korea “*Jewel in the Palace*” pada tahun 2006 di Mesir, diikuti dengan penayangan drama Korea “*Winter Sonata*” dan “*Jumong*” di Jordan (Kim, 2017). Kemunculan drama Korea di wilayah Timur Tengah tidak langsung mencuri perhatian masyarakat Timur Tengah sepenuhnya. Hal tersebut dikarenakan drama Korea harus bersaing dengan drama Turki yang telah terlebih dahulu mencuri perhatian masyarakat Timur Tengah. Kemampuan drama Turki untuk menarik perhatian masyarakat Timur Tengah dikarenakan oleh adanya beragam faktor, seperti keunggulannya dilihat secara geografis hingga memiliki unsur budaya yang lebih relevan dengan budaya Timur Tengah. Hingga pada akhirnya selama dua dekade terakhir, *Korean Wave*, terutama drama Korea, berhasil mengalahkan popularitas drama Turki di Timur Tengah. Namun tak hanya dikenal dari segi drama, masyarakat Timur Tengah juga mengenal *Korean Wave* melalui musiknya, atau *Korean Pop* (K-Pop). Menurut data dari *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), total penonton konten *Korean Wave* melalui Youtube di Timur Tengah mencapai angka 15 juta yang dilihat per tahun 2010 (2011). Salah satu *pioneer* yang membuat K-Pop menjadi dikenal di Timur Tengah adalah melalui lagu “Gangnam Style” yang dipopulerkan oleh solois PSY. Lagu tersebut mampu memperoleh popularitasnya secara mendunia, bahkan banyak masyarakat Timur Tengah yang membuat parodinya. Hal tersebut dikarenakan lagu “Gangnam Style” dinilai mampu diterima secara luas oleh masyarakat dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan, mulai dari anak muda hingga orang tua. Selain itu, “Gangnam Style” juga memiliki keunggulan karena lagunya yang *catchy* dan koreografinya yang ikonik sehingga mudah untuk diikuti oleh semua orang. Namun tidak hanya PSY, seiring berjalannya waktu, semakin banyak penyanyi asal Korea Selatan yang berhasil mendapatkan perhatian dari masyarakat di Timur Tengah, terutama di kalangan *audience* Arab. Beberapa penyanyi yang dianggap penting untuk mengenalkan K-Pop di Timur Tengah, yakni: Park Shin-hye, Jung Yong Hwa, Leetueke and Lee-min. Sedangkan untuk kalangan *boygroup* dan *girlgroup* ada Girls Generation, Super Junior, dan SHINee (Elaskary, 2018).

Seiring berjalannya waktu, popularitas *Hallyu Wave* di Timur Tengah kian melonjak walaupun terdapat restriksi terhadap hiburan yang menjangkit negara-negara di Timur Tengah, tanpa terkecuali Uni Emirat Arab. Hadirnya restriksi tersebut bukan tanpa alasan, namun mengingat mayoritas negara-negara Timur Tengah yang berpenduduk Muslim dan restriksi tersebut diberlakukan berdasarkan pada aspek moral dan religius Islam (Shishkina & Issaev, 2018). Hingga akhirnya popularitas dari *Korean Wave* semakin meningkat sejak Pangeran Mohammed bin Salman menarik restriksi atas hiburan massal di Arab Saudi pada tahun 2017. Uni Emirat Arab sendiri juga semakin menjadi negara yang semakin terbuka dan cenderung lebih toleran di Timur Tengah dibandingkan Arab Saudi yang masih cenderung lebih konservatif. Bahkan grafik dibawah menunjukkan bahwa Uni Emirat Arab menjadi negara terdepan di kawasan Timur Tengah yang menaruh perhatian pada K-Pop dari tahun ke tahun, dilihat berdasarkan data dari Google Trend selama lima tahun terakhir.

Gambar 1.1. Trend pencarian kata kunci K-Pop di kawasan Timur Tengah dalam lima tahun terakhir



Sumber: Google Trends (<https://www.google.com/trends>)

Sehingga Uni Emirat Arab menjadi negara tujuan investasi dan bahkan menjadi salah satu pasar bagi industri hiburan Korea Selatan untuk melebarkan

sayapnya ke Timur Tengah. Dalam hal ini, Korea Selatan ingin memanfaatkan momentum tersebut untuk bisa memperluas pengaruhnya melalui upaya diplomasi budaya dengan K-Pop di Timur Tengah.

Terbukanya peluang pasar Korea Selatan di Timur Tengah, khususnya di Uni Emirat Arab semakin didukung dengan Vision 2021 yang dicanangkan oleh Wakil Presiden dan Perdana Menteri Uni Emirat Arab dan Penguasa Dubai, Yang Mulia Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum. Vision 2021 sendiri adalah sebuah rencana pembangunan jangka panjang milik Uni Emirat Arab yang bertujuan untuk menjadikan Uni Emirat Arab sebagai salah satu negara terbaik di dunia pada tahun 2021, sekaligus untuk merayakan *Golden Jubilee* atau ulang tahun emas 50 tahun mereka. Menurut Menteri Lingkungan dan Air Uni Emirat Arab, Dr. Rashid Ahmed bin Fahad, pelaksanaan World Expo 2020 yang diadakan di Dubai menjadi bagian dari upaya pemerintah Uni Emirat Arab untuk mewujudkan Vision 2021 tersebut. Terlebih tepatnya pada bulan Desember 2021, hadirnya Dubai Expo 2020 sekaligus menandakan *Golden Jubilee* dari Uni Emirat Arab untuk merayakan 50 tahun negara mereka.

Pelaksanaan World Expo 2020 yang diadakan di Dubai pada 1 Oktober 2021 hingga 31 Maret 2022, pada mulanya dijadwalkan untuk dilaksanakan pada tahun 2020. Namun pada akhirnya mengalami pemunduran tanggal karena pandemi COVID-19. World Expo sendiri merupakan event berskala global tertua dan terbesar yang diadakan sekali dalam lima tahun dan 2021 menjadi tahun dimana World Expo pertama kali digelar di kawasan *Middle East, Africa, and South Asia* (MEASA). World Expo 2020 mengambil tema “*Connecting Minds, Creating The Future*” dan dihadiri oleh 190 negara partisipan beserta dengan beberapa organisasi internasional, di mana negara-negara dan organisasi partisipan tersebut akan saling mengenalkan sekaligus mempromosikan kepentingan nasionalnya melalui paviliunnya masing-masing (DC, 2021).

Dubai Expo 2020 sendiri menargetkan untuk mendapatkan pengunjung hingga 25 juta orang dengan 70% ditargetkan akan berasal dari luar Uni Emirat Arab. Target kelompok pengunjung pun ditujukan untuk organisasi internasional, perusahaan lokal dan asing, pemerintah, hingga pengunjung atau turis baik yang

berasal dari domestik maupun internasional. Hal tersebut menjadikan event ini sebagai ajang berpotensi bagi negara-negara untuk mendapatkan atensi publik yang luas melalui diplomasi publiknya masing-masing untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Terutama dampak pandemi terhadap perekonomian dunia yang signifikan, sehingga melalui Dubai Expo 2020 ini, dapat menjadi ajang bagi negara-negara di dunia untuk meningkatkan potensi perdagangan dan ekonomi akibat pandemi tersebut.

Dalam hal ini, Korea Selatan sebagai salah satu negara partisipan, mengambil tema “*Smart Korea, Moving The World To You*” dengan lokasi paviliunnya yang terletak di *Mobility District* pada Dubai Expo 2020 dan merupakan paviliun terbesar kelima dalam event tersebut. Paviliun Korea Selatan pada event Dubai Expo 2020 diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan, Industri, dan Energi Korea Selatan dan diorganisir oleh KOTRA atau *Korea Trade-Investment Promotion Agency*. Korea Selatan dalam hal ini ingin memperkenalkan dan mempromosikan teknologi ICT terkemuka Korea Selatan melalui tema yang diambil. Selain itu, upaya ini juga dilakukan oleh Korea Selatan dengan tujuan untuk merevitalisasi hubungan perekonomian dengan Uni Emirat Arab. Dalam hal ini, dengan melihat potensi yang dimiliki oleh *Korean Wave* di Uni Emirat Arab, Korea Selatan ingin memanfaatkan hal tersebut untuk memperkuat kerjasama dengan Uni Emirat Arab. Kerjasama tersebut terdiri dari penguatan kemitraan strategis di bidang ekonomi, perdagangan, kesehatan, energi dan turisme, hingga budaya.

Namun, tujuan tersebut juga tidak hanya merujuk pada Uni Emirat Arab yang dalam hal ini sebagai tuan rumah dari Dubai Expo 2020. Tujuan tersebut juga ditujukan secara global mengingat event Dubai Expo 2020 merupakan event berskala global yang dihadiri oleh banyak negara. Terlebih dalam hal ini, dengan berpartisipasi melalui Dubai Expo 2020, Korea Selatan memiliki kepentingan nasionalnya tersendiri dalam rangka menjadi tuan rumah bagi World Expo 2030 di Busan nanti. Sehingga ajang Dubai Expo 2020 menjadi kesempatan bagi Korea Selatan untuk menjadi sumber inspirasi dalam rangka persiapan untuk mengadakan World Expo 2030.

Selain menggunakan strategi diplomasi budayanya melalui pameran paviliunnya, Korea Selatan juga memanfaatkan salah satu kekuatan nasionalnya dalam melakukan *nation branding*, yakni dengan memanfaatkan popularitas *Hallyu Wave*. Salah satu unsur *Hallyu Wave* yang dibawa Korea Selatan ke dalam Dubai Expo 2020 adalah melalui *boygroup* globalnya, Stray Kids sebagai *ambassador* bagi paviliun Korea Selatan. Dalam hal ini, Korea Selatan menggabungkan kemajuan teknologi yang dimilikinya dengan popularitas yang dimiliki oleh Stray Kids melalui *virtual tour* dari Paviliun Korea Selatan dengan Stray Kids sebagai *virtual tour guide*-nya. Selain berperan sebagai *virtual tour guide*, Stray Kids juga mempromosikan budaya Korea Selatan melalui penampilannya membawakan lagu “Thunderous” pada *Republic Korea’s National Day* di Dubai Expo 2020 yang sekaligus menjadi acara pembukaan untuk *Korea Week*. Penampilan tersebut dihadiri dan ditonton langsung oleh Presiden Moon Jae-In beserta Ibu Negara Kim Jung-Sook, dan disambut langsung oleh Sheikh Nahyan bin Mubarak Al Nahyan selaku Menteri Toleransi dan Koeksistensi, dan Komisaris Jenderal Expo 2020 Dubai. Dalam kesempatan tersebut, tidak hanya wisatawan lokal dan mancanegara yang menonton penampilan tersebut. Namun juga para pejabat lainnya, baik itu dari pihak Korea Selatan maupun dari pihak Uni Emirat Arab. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah pencapaian tersendiri bagi Stray Kids untuk bisa menampilkan lagunya di luar negeri dan dihadiri oleh banyak orang penting.

Stray Kids sendiri merupakan *boygroup* global Korea Selatan yang melakukan debutnya dibawah naungan JYP Entertainment pada tahun 2018 dan terdiri dari 8 anggota, yakni: Bang Chan, Lee Know, Changbin, Hyunjin, Han, Felix, Seungmin, dan anggota termudanya, I.N. Sejak masa debutnya hingga sekarang, Stray Kids telah meraih banyak penghargaan hingga mendapatkan julukan *monster rookie idol*. Beberapa penghargaan tersebut diantaranya adalah *Soribada Best K-Music Awards 2018*, *Asia Artist Awards 2018*, *Mnet Asian Music Awards 2018*, *Golden Disk Awards 2019*, hingga menjadi artis naungan JYP Entertainment pertama yang meraih peringkat pertama dalam *Billboard 200* dan *Artist 100* dengan mini album keenam mereka, “ODDINARY”. Selain itu, Stray Kids juga mendapatkan julukan ‘*Million Sellers*’ atas prestasinya dalam penjualan album “NOEASY” yang terjual lebih dari 1.1 juta kopi (VOI, 2021). Pencapaian

tersebut menjadikan Stray Kids sebagai *boygroup* pertama asal JYP Entertainment yang berhasil untuk meraih angka penjualan sebesar itu. Hal tersebut tentunya didukung oleh keberhasilan mereka dalam menarik perhatian dunia dengan penyajian musiknya yang cenderung *easy listening* dan bersemangat. Hingga akhirnya mereka berhasil mendapatkan popularitas yang tinggi dan mampu bersaing dengan *idol group* ternama Korea lainnya. Popularitas Stray Kids juga dibuktikan dengan banyaknya jumlah penggemar mereka, yang dijuluki STAY, yang tersebar di seluruh dunia. Besarnya *fandom* tersebut bahkan sampai mendapatkan penghargaan *Billboard's Fan Army Face-Off 2022* sebagai *fan base* terkuat yang bersanding dengan 64 *fanbase* artis di seluruh dunia, termasuk Adele, BTS, Ariana Grande, Taylor Swift, SEVENTEEN, TXT, hingga grup asal Filipina, SB19 (Billboard, 2022).

Pada tahun 2019, *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), sebuah organisasi yang merupakan bagian dari Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan, menunjuk Stray Kids untuk menjadi Duta Kehormatan Pertama dari KOCIS. Hal ini ditanggapi oleh Kim Tae Hoon selaku Direktur Organisasi yang mengatakan harapannya terkait penunjukkan tersebut. Beliau berharap agar kegiatan promosi yang dilakukan oleh Stray Kids yang populer hingga di luar negeri dapat mempengaruhi minat anak muda di seluruh dunia terhadap Korea dengan lebih banyak keramahan dan kedekatan. Penunjukkan ini juga bertujuan sebagai bentuk promosi budaya Korea dan konten *Hallyu* di luar negeri serta sebagai upaya untuk meningkatkan *national branding* dari Korea Selatan (Kim, 2019).

Kemudian pada tahun 2021, Stray Kids terpilih untuk menjadi *ambassador* dari paviliun Korea dalam Dubai Expo 2020. Dalam hal ini, mereka mengemban tugas untuk memberikan informasi terkait budaya Korea dan juga memberikan penampilan di hadapan Presiden Moon Jae-In dan para pejabat lainnya di Dubai. Penunjukkan Stray Kids sebagai *ambassador* bagi paviliun Korea dalam Dubai Expo 2020 dilakukan oleh *The Korea Trade-Investment Promotion Agency* (KOTRA) bersama dengan *South Korean Ministry of Trade, Industry, and Energy* (MOTIE). Presiden KOTRA, Jung-Yeol Yoo, menjelaskan bahwa alasan dibalik penunjukkan Stray Kids sebagai *ambassador* bagi paviliun Korea dalam Dubai

Expo 2020 dikarenakan Stray Kids sebagai grup yang memimpin *Hallyu Wave* K-Pop, diharapkan dapat menyebarkan pengaruh positif dan memperkenalkan Korea ke banyak orang melalui Dubai Expo 2020.

Popularitas Stray Kids sebagai *boygroup* K-Pop generasi keempat terkemuka yang memiliki 34 juta pengikut di sosial media juga mendukung alasan dibalik penunjukkan tersebut. Terlebih dengan semakin berkembangnya *fans* Stray Kids di Timur Tengah yang dibuktikan dengan hadirnya tiga *fanbase* Stray Kids terbesar di Timur Tengah pada aplikasi Twitter, yakni: Stray Kids Team Türkiye 🌟 (@SKZTeamTurkey) dengan 72.9K *followers*, ARAB STAY ★ (@StrayKids\_AR) dengan 46.8K *followers*, dan Stray Kids UAE AE (@straykids\_uae) dengan 899 *followers*. Selain itu, terdapat data yang diperoleh dari akun Anghami, selaku platform *streaming* lagu terbesar di kawasan *Middle East and North Africa* (MENA), di mana Stray Kids menempati urutan ketiga dalam daftar *Top K-Pop Artist 2022* di kawasan MENA setelah BTS dan Blackpink. Besarnya basis penggemar tersebut membuat Korea Selatan semakin berani untuk menunjuk Stray Kids sebagai *ambassadors* bagi Paviliun Korea pada Dubai Expo 2020.

Alasan lainnya adalah melalui kemenangan Stray Kids dalam program kompetisi idola ‘Kingdom: Legendary War’ yang diadakan oleh stasiun televisi Korea Selatan, Mnet. Selain itu, lagu mereka yang berjudul “Thunderous” dalam album terbaru mereka “NOEASY” sangat kental dengan budaya Korea Selatan. Hal tersebut juga yang menjadikan mereka sebagai representatif dari Korea Selatan dalam Dubai Expo 2020.

Kajian mengenai diplomasi budaya Korea Selatan kental dengan unsur *Hallyu Wave* atau *Korean Wave*. Seperti yang ditulis oleh Jang Gunjoo dan Won Paik (2012) mengenai esensi dari dampak *Korean Wave* terhadap dunia, di mana dalam hal ini kajian tersebut menyorot soal tujuan dari hubungan antara penyebaran *Korean Wave* dan perubahan sosial politik dalam sudut pandang global. Sementara dalam kajian Kang Hyungseok (2015), lebih berfokus pada diplomasi budaya Korea Selatan yang dilakukan secara *top-down* dan unilateral untuk meningkatkan kepentingan nasional di luar negeri. Sedangkan di dalam negeri, *Korean Wave*

dimanfaatkan untuk meningkatkan nasionalisme budaya serta mengembangkan industri budaya di dalam negeri melalui promosi *cultural exchange* secara internasional. Kajian dari Kieldanowicz (2009) mendukung argumen tersebut, di mana dalam tulisannya, Kieldanowicz menjelaskan budaya sebagai unsur dari *soft power* dan konsep dari diplomasi publik dan budaya dihubungkan dengan *'branding'*. Sehingga dalam hal ini, dengan menunjukkan kekuatan budaya, maka suatu negara memiliki kesempatan untuk menunjukkan citra dirinya secara positif untuk membantu mereka mencapai tujuan politiknya.

Terkait analisa terhadap diplomasi budaya, terdapat dua jurnal yang menganalisa upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh aktor diplomasi dengan menggunakan tiga prinsip dasar dari diplomasi budaya. Dalam tulisan Khatrunada dan Alam (2019), analisis dengan menggunakan tiga prinsip dasar diplomasi budaya dilakukan terhadap diplomasi budaya Indonesia melalui event budaya internasional, yakni *International Gamelan Festival 2018* di Solo. Dalam kajian tersebut, dijelaskan bahwa upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia melalui *International Gamelan Festival 2018* di Solo digunakan sebagai media diplomasi Indonesia untuk mencapai kepentingan nasional dan meningkatkan citra positif Indonesia di kancah internasional. Kajian tersebut juga membuktikan bahwa upaya yang dilakukan Indonesia tersebut memenuhi ketiga prinsip dasar diplomasi budaya, yakni: 1. Prinsip *transmission* dibuktikan melalui upaya penyebaran budaya lokal Indonesia melalui event tersebut; 2. Prinsip *acceptance* dibuktikan melalui respon positif dari masyarakat internasional, media lokal dan juga internasional terhadap event tersebut; dan 3. Prinsip *coexistence* dibuktikan melalui pembangunan citra positif Indonesia yang dilakukan tanpa adanya paksaan dengan tetap menyebarkan nilai-nilai perdamaian dengan bersikap terbuka untuk menerima peserta-peserta mancanegara. Kajian yang kedua merupakan tulisan dari Patra mengenai *The Japan Foundation* sebagai media diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia pada tahun 2019-2020. Dalam kajian tersebut, melalui lembaga *Japan Foundation* sebagai upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang selaras dengan ketiga prinsip dasar dari diplomasi budaya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mendorong dan memajukan diplomasi budaya dari Jepang (Patra, 2022).

Dalam menjalankan strategi diplomasi budaya melalui *Korean Wave*, Korea Selatan dibantu oleh aktor non-negara yang dalam hal ini adalah selebriti. Kajian mengenai peran selebriti dalam ranah diplomasi internasional dapat dilihat dari tulisan Wheeler (2011) mengenai diplomasi selebriti sebagai transisi diplomasi yang awalnya *state-centric* menjadi bentuk inisiatif dari diplomasi publik dengan melibatkan selebriti dalam hubungan politik internasional karena selebriti memiliki pengaruh lebih dalam komunitas internasional. Sementara dalam tulisannya, Erwin (2021) berpendapat bahwa interaksi *idol-state* sebagai implikasi dari diplomasi budaya populer yang berpotensi untuk meningkatkan liputan media, pemahaman lebih lanjut mengenai budaya suatu negara, dan sebagai alat untuk membangun hubungan internasional. Sedangkan kajian yang ditulis oleh Bājenaru (2022) lebih berfokus pada peran *boygroup* BTS yang menjadi representatif Korea Selatan secara kultural dan diplomatik melalui kepopuleran mereka sehingga sejalan dengan diplomasi publik Korea Selatan.

Namun, kajian mengenai *Korean Wave* di negara-negara Timur Tengah belum banyak ditulis. Tulisan dari Elfvig-Hwang (2013) menjelaskan mengenai peran perantara budaya non-Korea dan diaspora Korea di Jerman dalam mempromosikan budaya K-Pop melalui proyek festival film “Project K”. Sedangkan untuk kajian *Korean Wave* di negara-negara Timur Tengah, terdapat tulisan dari Elaskary (2018), Kim (2017), serta Otmazgin dan Lyan (2014). Dalam tulisannya, Elaskary (2018) menjelaskan mengenai perkembangan dan pengaruh kuat *Hallyu* di Timur Tengah, namun kesuksesan *Hallyu* di Timur Tengah tetap dikalahkan oleh popularitas drama Turki. Hal ini menunjukkan faktor geografis, sosial, dan kultural memainkan peranan yang cukup besar karena pengaruh drama Turki yang lebih dekat dengan budaya Timur Tengah. Sedangkan dalam tulisan Kim (2017) lebih menyoroti soal pendekatan strategis terhadap peran *Korean Wave* di Timur Tengah melalui kerjasama industri media antara Korea Selatan dengan negara-negara di Timur Tengah. Sementara Otmazgin dan Lyan (2014) dalam tulisannya lebih memberikan penjelasan yang lebih spesifik terkait peran *fandom* group idola Korea di Israel dan Palestina dalam menyebarkan K-Pop secara transkultural.

Berdasarkan dari penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan antara penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisa diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan yang dalam penelitian ini, dilakukan penelitian terhadap salah satu event terbesar di Timur Tengah pada tahun 2021, yakni Dubai Expo 2020. Selain itu, peneliti juga mempersempit objek analisa pada peran Stray Kids sebagai *ambassador* paviliun Korea Selatan dalam Dubai Expo 2020.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan dan kajian penelitian terdahulu yang telah dijabarkan pada bagian latar belakang, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yang ingin diselesaikan oleh peneliti, yakni: **Bagaimana peran Stray Kids dalam mendukung diplomasi budaya Korea Selatan pada Dubai Expo 2020?**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan yang ingin disampaikan oleh penulis dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

### 1.3.1 Tujuan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lebih dalam mengenai upaya yang dilakukan oleh Stray Kids sebagai aktor non-negara dalam mendukung upaya diplomasi budaya Korea Selatan pada event Dubai Expo 2020.

### 1.3.2 Tujuan Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis yang lebih dalam mengenai pemanfaatan popularitas K-Pop sebagai strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan sekaligus sebagai *nation brandingnya*. Penulis juga berharap agar kiranya hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan untuk memperkaya penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, penulis berharap bahwa baik penulis ataupun pembaca dapat memperoleh manfaat, baik itu secara akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat secara akademis diharapkan bahwa penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, khususnya mengenai diplomasi budaya Korea Selatan.
2. Manfaat secara praktis diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru terkait peran aktor non-negara dalam melakukan diplomasi budaya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis akan memberikan penjabaran lebih lanjut terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan.

##### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai konsep yang digunakan yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang diambil. Bab ini juga mencakup kerangka pemikiran untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan.

##### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, penulis akan menguraikan metode penelitian kualitatif yang digunakan dengan objek penelitiannya adalah Stray Kids sebagai aktor non-negara yang mendukung diplomasi budaya Korea Selatan. Bab ini juga menjelaskan mengenai jenis penelitian kualitatif yang digunakan, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, sumber data, teknis analisis data, dan tabel rencana waktu penelitian.

#### **BAB IV: DINAMIKA KOREAN WAVE DALAM DUBAI EXPO 2020**

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai sejarah singkat dari *Korean Wave* atau *Hallyu Wave* dan perkembangannya, baik itu secara global maupun di Timur Tengah, mengingat banyak negara di kawasan Timur Tengah yang cenderung konservatif dalam menerima kebudayaan luar. Selain itu akan dijelaskan juga mengenai Stray Kids sendiri sebagai aktor non-negara yang berperan dalam upaya diplomasi budaya pada Dubai Expo 2020. Hingga penjelasan lebih lanjut mengenai Dubai Expo 2020, mulai dari sejarah *World Expo*, *Vision 2021 UAE*, *Expo Initiatives*, distrik dalam Dubai Expo 2020, hingga Paviliun Korea Selatan pada Dubai Expo 2020.

#### **BAB V: ANALISIS DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI PERAN STRAY KIDS DALAM DUBAI EXPO 2020**

Pada bab ini, penulis akan menjawab rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya pada bab pendahuluan. Bab ini juga akan menjelaskan hasil analisa dari peran Stray Kids dalam mendukung diplomasi budaya Korea Selatan pada event Dubai Expo 2020.

#### **BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan beserta saran yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang terbagi menjadi saran praktis dan saran teoritis.