

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Keberhasilan fenomena *hallyu* di Amerika Serikat telah memainkan peran penting dalam pelaksanaan diplomasi publik Korea Selatan dan mempengaruhi hubungan bilateral antara Korea Selatan dan Amerika Serikat. Meskipun publik Amerika Serikat awalnya memiliki persepsi negatif terhadap *hallyu* karena *hallyu* yang dianggap dapat mengancam industri hiburan Amerika Serikat dan eksistensi *hollywood*, pemerintah Korea Selatan dan aktor privat seperti perusahaan SM Entertainment telah bekerja sama untuk mempengaruhi opini publik dan meningkatkan citra Korea Selatan di Amerika Serikat. Dengan menggabungkan strategi *New Culture Technology*, SM Entertainment berhasil mempromosikan keunikan budaya Korea Selatan dan memperluas cakupan *hallyu* hingga ke Amerika Serikat.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi publik dengan upaya diplomasi publik suatu negara yang dijelaskan oleh Candace L. White. Menurut White, negara merupakan aktor utama dalam diplomasi publik, namun perusahaan memiliki potensi dalam menyukseskan pelaksanaan diplomasi publik suatu negara karena praktik dari perusahaan seperti komunikasi, analisa pasar, pemanfaatan sumber daya, dan kemampuan untuk mempengaruhi pihak asing yang relevan dengan pelaksanaan diplomasi publik. Dalam konsep tersebut terdapat enam indikator yang mencakup *foreign policy/political communication*, *cultural*

diplomacy, foreign investment, branding (nation/place/destination), product/export, dan corporate social responsibility (CSR).

Pemerintah Korea Selatan berupaya dalam meningkatkan hubungan dengan Amerika Serikat melalui pemberian bantuan luar negeri terhadap bencana alam badai Harvey dan COVID-19 sehingga *hallyu* dapat dipertimbangkan di Amerika Serikat. Untuk mempromosikan budaya di Amerika Serikat, pemerintah Korea Selatan membentuk *Korean Cultural Center New York* (KCCNY) yang berfokus untuk memperdalam pemahaman publik Amerika Serikat terhadap budaya Korea Selatan dan memperkuat hubungan antara kedua negara melalui penyebaran budaya. Namun dalam menyukseskan diplomasi publik negaranya di Amerika Serikat, pemerintah Korea Selatan juga menjalin kerja sama dengan SM Entertainment seperti keterlibatan grup k-pop di bawah perusahaan SM Entertainment dalam pertemuan bersama elit pemerintah Amerika Serikat. Selain itu pemerintah Korea Selatan juga melibatkan SM Entertainment dalam upaya *branding* dengan menciptakan proyek oleh organisasi pemerintah dan SM Entertainment untuk mempromosikan destinasi wisata Korea Selatan.

Sedangkan SM Entertainment memenuhi perannya sebagai aktor privat berdasarkan konsep Candace L. White. Dalam diplomasi kebudayaan, SM Entertainment mengirim selebritinya untuk hadir pada acara dan media Amerika Serikat dan penyelenggaraan konser. SM Entertainment juga memperluas cakupannya dengan mendirikan perusahaan SM Entertainment USA dan kerja sama dengan label rekaman Amerika Serikat yaitu Capitol Music Group. Melalui strategi lokalisasinya, SM Entertainment juga berupaya untuk meningkatkan *nation branding* Korea Selatan di Amerika Serikat melalui keterlibatan anggota

yang berkebangsaan Amerika untuk mengikuti acara internasional sebagai representasi dari perusahaan dan negara. SM Entertainment juga berupaya untuk menyebarkan produk *hallyu* dengan melibatkan selebriti sebagai *brand ambassador* produk tertentu. Kemudian sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, SM Entertainment secara aktif menyuarakan isu lingkungan dengan melibatkan selebriti yang memiliki kepopuleran di Amerika Serikat sehingga pesan dapat dicapai oleh publik Amerika Serikat. Hal yang menarik dalam upaya SM Entertainment sebagai aktor privat dalam diplomasi publik ke Amerika Serikat ini yaitu keterlibatan selebriti di bawah perusahaan SM Entertainment pada setiap indikator diplomasi publik yang menunjukkan bahwa selebriti memerankan peran yang signifikan dalam pelaksanaan Korea Selatan.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat dilihat bahwa aktor privat seperti SM Entertainment berperan secara aktif, bahkan membantu pemerintah melalui kerja sama dalam pelaksanaan diplomasi publik Korea Selatan ke Amerika Serikat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun negara merupakan aktor utama dalam diplomasi publik, namun kontribusi aktor privat menjadi signifikan dalam beberapa bidang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemerintah Korea Selatan membutuhkan kerja sama dengan aktor privat seperti SM Entertainment dalam melaksanakan upaya diplomasi publik negaranya ke Amerika Serikat.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai kemitraan pemerintah-privat dalam diplomasi publik Korea Selatan ke Amerika Serikat dengan kasus SM Entertainment, peneliti memberikan beberapa saran kepada calon peneliti untuk

mengembangkan penelitian dengan topik serupa. Pertama, penelitian yang meninjau kontribusi aktor dalam diplomasi publik Korea Selatan terutama SM Entertainment dapat dikaitkan dengan negara lain mengingat SM Entertainment telah memperluas pasarnya secara global. Kemudian, untuk mengembangkan penelitian serupa, calon peneliti harus memperhatikan sumber data atau rujukan yang relevan. Penelitian ini meninjau upaya diplomasi publik Korea Selatan dengan meninjau kemitraan antara pemerintah dan SM Entertainment sehingga data diperoleh melalui data primer karena bukti dari kontribusi aktor banyak dibuktikan melalui aktivitas nyata. Sumber data primer yang dapat digunakan di antaranya adalah dokumen resmi yang dapat diakses melalui *website* resmi, *platform* resmi perusahaan, *press release*, dan artikel-artikel relevan dalam situs terpercaya. Dalam mengembangkan penelitian juga perlu menguasai bahasa untuk mempermudah proses penelitian karena sumber data yang digunakan tidak hanya menggunakan Bahasa Indonesia, namun juga Bahasa Inggris, bahkan Bahasa Korea. Dengan demikian, peneliti berharap penelitian “Kemitraan Pemerintah-Privat dalam Diplomasi Publik Korea Selatan ke Amerika Serikat (Kasus: SM Entertainment)” ini dapat menjadi acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mengembangkan topik serupa.