

**PERAN BANGTAN SONYEONDAN DALAM UPAYA  
KAMPANYE *STOP ASIAN HATE* DI AMERIKA SERIKAT**

**SKRIPSI**

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat  
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas*



**Oleh:**

**LARASAKI KAMIKO**

**1910853001**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. Muhammad Yusra, S.IP, M.A**

**Diah Anggraini Austin, S.IP, M.Si**

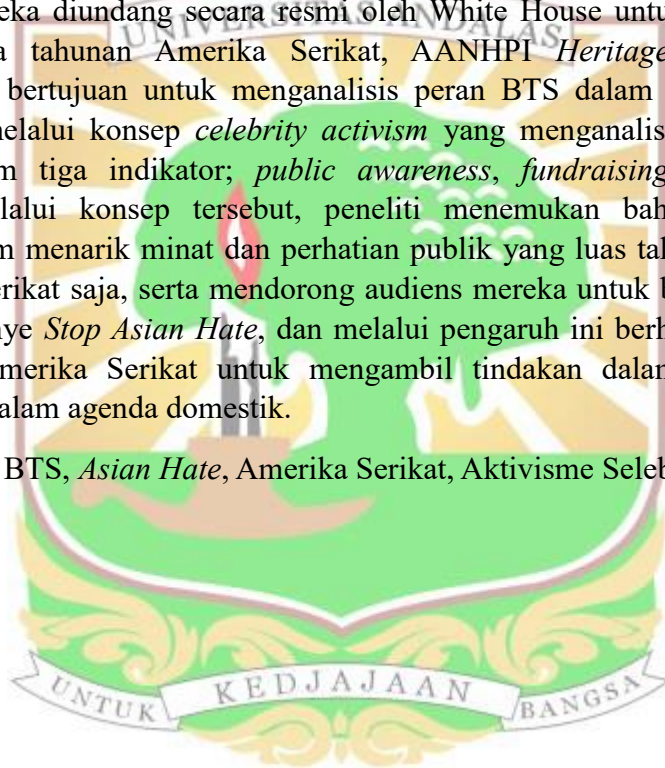
**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2023**

## ABSTRAK

Sentimen anti-Asia yang telah mengakar sejak dahulu di Amerika Serikat masih menjadi akar dari permasalahan tindakan kejahatan dan kebencian terhadap etnis Asia hingga saat ini. Pemerintah Amerika Serikat pun telah membuat sejumlah kebijakan untuk menangani isu ini, salah satunya melalui peringatan AANHPI *Heritage Month*. Namun angka tingkat kejahatan anti-Asia masih terbilang tinggi dari tahun ke tahun khususnya di tahun 2021 dengan eskalasi sebesar 339% di masa pandemi COVID-19. Maraknya *Asian hate* saat itu memicu reaksi dari berbagai kalangan tak terkecuali selebriti. Grup K-Pop BTS yang turut angkat suara atas isu ini memperoleh *engagement* yang sangat tinggi dan akhirnya membuat mereka diundang secara resmi oleh White House untuk berpartisipasi dalam agenda tahunan Amerika Serikat, AANHPI *Heritage Month* 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran BTS dalam kampanye *Stop Asian Hate* melalui konsep *celebrity activism* yang menganalisis peran aktivis selebriti dalam tiga indikator; *public awareness*, *fundraising*, dan *political lobbying*. Melalui konsep tersebut, peneliti menemukan bahwa BTS telah berperan dalam menarik minat dan perhatian publik yang luas tak hanya terbatas di Amerika Serikat saja, serta mendorong audiens mereka untuk berdonasi dalam upaya kampanye *Stop Asian Hate*, dan melalui pengaruh ini berhasil mendorong pemerintah Amerika Serikat untuk mengambil tindakan dalam berkolaborasi dengan BTS dalam agenda domestik.

Kata Kunci: BTS, *Asian Hate*, Amerika Serikat, Aktivisme Selebriti, Kampanye



## ABSTRACT

*Anti-Asian sentiment that has long been rooted in the United States is still at the root of the problem of crimes and hatred against Asian ethnicity to this day. The United States government has also made a number of policies to deal with this issue, one of which is through the commemoration of AANHPI Heritage Month. However, the anti-Asian crime rate is still relatively high from year to year, especially in 2021 with an escalation of 339% during the COVID-19 pandemic. The rise of Asian hate at that time sparked reactions from various groups, including celebrities. The K-Pop group BTS who also spoke out on this issue received very high engagement and finally made them officially invited by the White House to participate in the United States' annual agenda, AANHPI Heritage Month 2022. This study aims to analyze the role of BTS in the Stop Asian Hate campaign through the concept of celebrity activism which analyzes the role of celebrity activists in three indicators; public awareness, fundraising, and political lobbying. Through this concept, the researcher found that BTS has played a role in attracting broad public interest and attention not only limited to the United States, as well as encouraging their audience to donate to the Stop Asian Hate campaign, and they also have succeeded in encouraging the United States government to take actions in collaborating with BTS on domestic agendas.*

*Keywords: BTS, Asian Hate, United States, Celebrity Activism, Campaign*

