

**FANDOM TREASURE MAKER SEBAGAI AGEN DIPLOMASI
PUBLIK KOREA SELATAN DI INDONESIA**

SKRIPSI

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

Oleh:

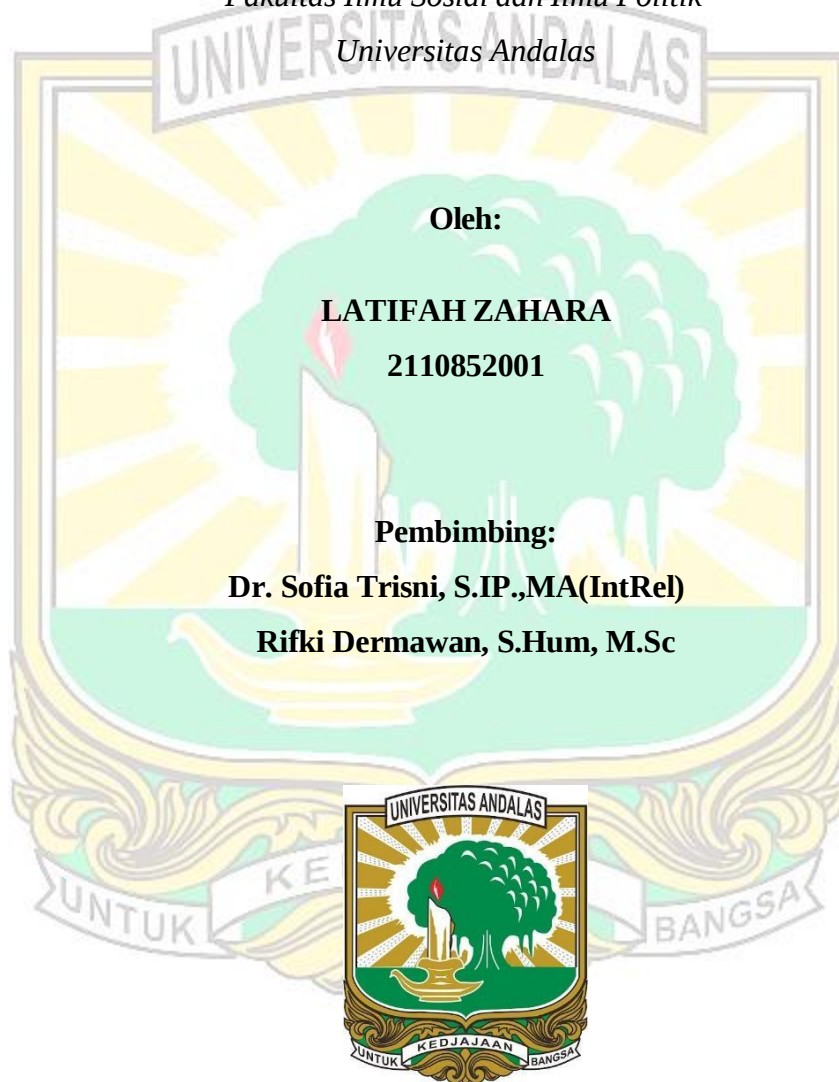
LATIFAH ZAHARA

2110852001

Pembimbing:

Dr. Sofia Trisni, S.IP.,MA(IntRel)

Rifki Dermawan, S.Hum, M.Sc



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

2025

ABSTRAK

Peningkatan popularitas K-Pop melalui *boyband* didukung oleh para penggemar yang tersebar diseluruh dunia. Penggemar atau *fandom* melakukan interaksi dengan berbagai cara seperti melalui pertemuan langsung atau menggunakan *platform* sosial media dalam melakukan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan idola mereka. Hal yang sama dilakukan oleh *fandom* Treasure Maker yang merupakan salah satu basis penggemar yang cukup besar di Indonesia. Dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya *streaming* namun juga kegiatan seperti *cosplay*, penggalangan dana, belajar bahasa dan budaya Korea Selatan. Dalam diplomasi publik baru, aktor non-negara dapat berperan sebagai aktor diplomasi publik melalui kegiatan yang diorganisir. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah aktivitas yang dilakukan oleh *fandom* terutama *fandom Treasure Maker* Padang dapat dikategorikan sebagai inisiatif diplomasi publik yang mengacu pada interaksi dan dialog yang dilakukan oleh *fandom* dengan publik, dengan menggunakan kerangka konsep diplomasi publik relasional yang dikemukakan oleh Kadir Ayhan. Penelitian ini meninjau enam aspek utama yaitu, perlakuan terhadap publik, pembangunan hubungan interpersonal, visi jangka panjang yang dimiliki, komunikasi simetris dua arah, respon terhadap masukan serta mutualitas dan saling ketergantungan dengan publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan anggota komunitas *fandom Treasure Maker* Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh *fandom Treasure Maker* Padang belum dapat dikategorikan sebagai diplomasi publik. Aktivitas yang dilakukan oleh *fandom Treasure Maker* Padang menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan sepenuhnya bertujuan untuk mempromosikan *boygroup* Treasure kepada masyarakat umum, tanpa ada kaitannya dengan Korea Selatan.

Kata Kunci: Fandom, Diplomasi Publik, K-Pop, Treasure



ABSTRACT

The rise in popularity of K-Pop through boy bands is supported by fans spread throughout the world. Fans or fandoms interact in various ways such as through direct meetings or using social media platforms to carry out various activities related to their idols. The same thing is done by the Treasure Maker fandom, which is one of the largest fan bases in Indonesia. Where activities carried out are not only streaming but also activities such as cosplay, fundraising, learning South Korean language and culture. In new public diplomacy, non-state actors can play a role as public diplomacy actors through organized activities. This study aims to identify whether activities carried out by fandoms, especially the Treasure Maker Padang fandom, can be categorized as public diplomacy initiatives that refer to interactions and dialogues carried out by the fandom with the public, using the framework of the relational public diplomacy concept proposed by Kadir Ayhan. This study examines six main aspects: treatment of the public, building interpersonal relationships, long-term vision, two-way symmetrical communication, response to input, and mutuality and interdependence with the public. This study uses a qualitative method that collects data through interviews with members of the Treasure Maker Padang fandom community. The results of this study indicate that the activities carried out by the Treasure Maker Padang fandom cannot yet be categorized as public diplomacy. The activities carried out by the Treasure Maker Padang fandom indicate that the activities carried out are entirely aimed at promoting the boy group Treasure to the general public, without any connection to South Korea.

Keywords: *Fandom, public diplomacy, K-Pop, Treasure*

