

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini juga berisikan saran-saran untuk penelitian kedepannya yang berkaitan topik penelitian diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor non negara terkhusus yang dilakukan oleh kelompok penggemar K-Pop. Kesimpulan ini berisikan rangkuman dari keseluruhan pembahasan yang dilakukan serta analisis menggunakan konsep terkait. Penelitian ini akan menjadi penutup dari penelitian *fandom Treasure Maker* Padang sebagai Agen Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia.

5.1 Kesimpulan

K-Pop atau Korean Pop Music telah menjadi fenomena global yang berkembang pesat melalui dukungan dari pemerintah, peranan aktif dari Agensi hiburan, idola K-pop dan Penggemar atau *fandom*. Melalui ini K-Pop tidak hanya memperkenalkan musik dan tarian namun juga termasuk pada elemen kebudayaan seperti fashion, kuliner dan lainnya. Sejak perkembangan K-Pop pada tahun 1990-an, K-Pop menarik perhatian dunia terutama setelah *boomingnya* lagu “Gangnam Style” yang dinyanyikan oleh Psy pada tahun 2012. Dalam perkembangannya, pemerintah Korea Selatan berperan dalam mempromosikan K-Pop melalui kebijakan-kebijana yang dikeluarkan. Selain itu, aktor non-pemerintah seperti perusahaan dan agensi juga ikut berkontribusi dalam penyebaran budaya. Globalisasi dan media telah mempercepat penyebaran K-Pop sehingga dapat dikatakan sebagai alat diplomasi yang efektif dalam membangun citra positif Korea

Selatan dimata dunia. Di Indonesia sendiri, komunitas penggemar yang kuat sehingga mempengaruhi gaya hidup dan pandangan masyarakat terhadap budaya Korea Selatan. Dengan demikian K-Pop tidak hanya sebagai hiburan melainkan juga sebagai jembatan budaya Korea Selatan dengan berbagai negara di dunia.

Dalam konteks diplomasi publik baru, aktor-aktor yang terlibat dalam diplomasi tidak hanya negara, melainkan juga keterlibatan aktor non-negara. Seperti *fandom Treasure Maker* Padang, keterlibatan fandom menjadi hal yang penting dalam menyebarkan budaya Korea Selatan di Indonesia. Melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan melalui kecintaan mereka terhadap boygroup Treasure. Keterlibatan *fandom Treasure Maker* ini memberikan kontribusi, pemahaman dan apresiasi terhadap budaya korea yang lebih luas. Dengan pemanfaatan sosial media dalam melakukan aktivitas, *fandom Treasure Maker* dapat membangun jembatan komunikasi anatar penggemar dengan publik dan menunjukkan peranan dalam menyebarkan budaya yang melibatkan komunitas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang dilakukam oleh *fandom Treasure Maker* Padang dalam menyebarkan budaya Korea Selatan menggunakan konsep relasional publik diplomasi yang dikemukakan oleh Kadir Ayhan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan aktivitas *fandom Treasure Maker* akan dapat dikategorikan sebagai agen diplomasi publik melalui beberapa aspek. Konsep relasional publik diplomasi digunakan untuk melihat bagaimana aktor selain negara dapat menjadi agen dalam diplomasi publik melalui dua aspek, yaitu: aspek hubungan masyarakat dan aspek dialog dimana kedua aspek ini masing masing memiliki tiga aspek bagian.

Pertama, dalam aspek hubungan masyarakat. didalam aspek ini terdapat tiga aspek bagian yaitu memiliki visi jangka panjang, menganggap publik sebagai pemangku kepentingan dan hubungan interpersonal, didalam ketiga aspek ini terlihat aktivitas yang dilakukan *fandom Treasure Maker Padang* seperti setiap kegiatan yang mereka lakukan memiliki cita-cita yang ingin dicapai, pembangunan hubungan yang dirancang dengan pihak-pihak diluar komunitas seperti pihak sponsorship, brand serta vendor dalam melaksanakan kegiatan dan *fandom Treasure Maker* terbuka terhadap saran-saran yang diberikan oleh publik terhadap aktivitas yang dilakukan oleh *fandom Treasure Maker Padang*.

Kedua, dialog, didalam dialog ini terbagi menjadi tiga aspek yaitu komunikasi dua arah, mutualitas dan saling ketergantungan dan siap untuk diubah dan didengarkan. Dalam aspek ini *fandom Treasure Maker* melakukan interaksi dengan berbagai pihak seperti pemilik brand, vendor dan lainnya, interaksi ini dilakukan bertujuan untuk membantu dalam melaksanakan kegiatan yang akan dilakukan, selain itu *fandom Treasure Maker Padang* juga mendengarkan saran publik dengan menjadikan saran tersebut sebagai evaluasi dalam melakukan aktivitas. *Fandom Treasure Maker Padang* dengan publik seperti pihak brand dan lainnya saling membutuhkan seperti sponsorship maupun penyedia fasilitas untuk menunjang aktivitas yang akan dilakukan.

Dengan demikian, *Fandom Treasure Maker* merapkan aspek-aspek dalam konsep diplomasi publik relasional dalam aktivitas yang dilakukan. Namun *fandom Treasure Maker Padang* belum dapat dikategorikan sebagai agen dalam diplomasi publik Korea Selatan ke Indonesia, hal ini dikarenakan aktivitas mereka lakukan sepenuhnya bertujuan untuk mempromosikan boygroup Treasure kepada

masyarakat umum. Dalam konsep diplomasi publik relasional aktor non-negara dapat dikategorikan sebagai diplomasi publik adalah ketika terjadinya pertukran budaya seperti ketertarikan dalam Pendidikan dan mengimitasi kebudayaan. Hal yang ini terbukti dari wawancara yang telah dilakukan dengan enam narasumber, menyatakan bahwa mereka tidak memiliki ketertarikan terhadap pertukaran pendidikan maupun mengimitasi kebudayaan Korea Selatan. Maka dapat disimpulkan bahwa *fandom Treasure Maker* Padang merupakan agen promosi yang baik untuk boygroup Treasure namun belum dapat dikategorikan sebagai agen diplomasi publik sesuai dengan konsep diplomasi publik yang dikemukakan oleh Kadir Ayhan.

5.2 Saran

Berdasarkan penemuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya mengenai diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor non-negara terkhususnya pada komunitas penggemar K-Pop, antara lain:

1. Topik pembahasan mengenai peranan aktor non-negara seperti komunitas penggemar ini masih sedikit dilakukan. Oleh karena itu peneliti menyarankan adanya penelitian yang lebih mendalam mengenai keterlibatan komunitas penggemar didalam menyebarkan kebudayaan Korea Selatan melalui aktivitas-aktivitas yang mereka lakukan.

2. Perlu adanya pembaharuan konsep yang digunakan dalam penelitian karena didalam konsep diplomasi publik relasional pada penelitian ini, hanya berusaha untuk melihat aktivitas yang dilakukan oleh kelompok penggemar yang dapat dikategorikan sebagai agen diplomasi publik atau bukan termasuk pada agen diplomasi publik.

