

BAB V

PENUTUP

Bab ini menyajikan rangkuman dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, sekaligus memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi *soft power* Korea Selatan melalui SM Entertainment. Kesimpulan dalam bab ini memuat inti dari pembahasan, hasil analisis, serta temuan utama yang diperoleh selama proses penelitian. Selain itu, bab ini juga berfungsi sebagai penutup dari studi mengenai strategi *soft power* Korea Selatan melalui SM Entertainment di Indonesia pada periode 2019 hingga 2024.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *soft power* Korea Selatan melalui SM Entertainment di Indonesia pada tahun 2019–2024 terwujud melalui pendekatan *agenda setting*, *attraction*, dan *persuasion* yang dijalankan secara strategis dan konsisten. Dalam aspek *agenda setting*, SM Entertainment membentuk narasi dan persepsi publik tentang budaya Korea Selatan melalui berbagai inisiatif strategis. Pembukaan kantor regional di Jakarta tahun 2019, pelaksanaan konser SMTOWN LIVE 2023 di Gelora Bung Karno, serta peluncuran dan pengelolaan platform seperti KWANGYA CLUB dan Weverse merupakan upaya konkret dalam mengontrol wacana budaya di ruang publik Indonesia. Tidak hanya itu, SM juga aktif dalam pemantauan media sosial dan penggunaan *social listening tools* untuk menentukan arah kampanye budaya yang sesuai dengan segmentasi pasar Indonesia. Kegiatan ini membuktikan bahwa SM Entertainment

tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga mengarahkan perhatian publik terhadap nilai-nilai budaya Korea yang diinginkan untuk diserap.

Dalam aspek *attraction*, SM Entertainment memanfaatkan visualisasi estetis, keberagaman artis, dan kolaborasi budaya untuk menciptakan daya tarik mendalam. Grup seperti NCT, AESPA, dan RIIZE dirancang dengan model global dan multilingual, memungkinkan mereka menjangkau berbagai lapisan masyarakat Indonesia. Kegiatan seperti konser di Allo Bank Festival, *fan sign event*, serta kerja sama dengan brand lokal seperti Neo Coffee dan Tokopedia memperkuat koneksi budaya dan membangun loyalitas emosional. Produk budaya seperti K-Beauty, K-Fashion, dan konten mukbang turut menyebar luas di kalangan anak muda Indonesia melalui kanal YouTube dan media sosial.

Dalam aspek *persuasion*, SM Entertainment secara halus membentuk opini publik melalui narasi budaya yang futuristik dan emosional. Konsep SM Culture Universe (SMCU) yang diperkenalkan melalui AESPA dan teknologi AI menjadi simbol inovasi dan kemodernan. Keterlibatan penggemar dalam komunitas fandom seperti NCTzen dan EXO-L, kegiatan amal, serta partisipasi dalam audisi lokal menunjukkan keberhasilan strategi ini dalam menanamkan nilai-nilai seperti kolektivisme, kerja keras, dan solidaritas. Strategi ini tidak hanya menghibur, tetapi juga membentuk identitas kultural yang baru bagi masyarakat Indonesia yang terlibat di dalamnya.

Secara keseluruhan, strategi yang dijalankan oleh SM Entertainment menunjukkan bahwa aktor non negara dapat memainkan peran signifikan dalam diplomasi budaya. Pendekatan yang dilakukan bersifat emosional, partisipatif, dan

berkelanjutan, selaras dengan visi *Global Korea* yang menempatkan budaya sebagai instrumen utama dalam hubungan internasional Korea Selatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar pemerintah Korea Selatan memperkuat kerja sama strategis dengan agensi budaya seperti SM Entertainment untuk mendukung diplomasi budaya yang lebih terintegrasi di Indonesia. Pihak SM Entertainment juga disarankan untuk terus mempertahankan pendekatan glokalisasi dengan mempertimbangkan sensitivitas budaya lokal agar penerimaan publik semakin luas dan mengakar. Bagi pemerintah Indonesia, peluang ini seharusnya dimanfaatkan untuk mendorong pertukaran budaya dua arah serta penguatan sektor kreatif lokal, baik melalui kolaborasi produksi, pelatihan, maupun promosi talenta muda Indonesia di kancah internasional. Terakhir, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan studi komparatif antar agensi K-pop atau memperluas objek kajian ke bentuk ekspor budaya lain seperti drama atau game Korea untuk memperkaya pemahaman terhadap dinamika *soft power* Korea Selatan di Indonesia.