



## **Celebrity Diplomacy Boygrup Seventeen dalam Mendukung *Soft Power* Korea Selatan di Indonesia Studi Kasus pada Fanbase di Indonesia**

**Nazwatul Fathi Umul<sup>1</sup>, Flori Mardiani Lubis<sup>2</sup>, Prilla Marsingga<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>S1 Hubungan Internasional, <sup>2,3</sup>Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang

---

### **Abstrak**

Received: 05 September 2025  
Revised: 17 September 2025  
Accepted: 28 September 2025

Penelitian bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana *celebrity diplomacy* yang dilakukan Seventeen dalam mendukung *soft power* Korea Selatan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik analisis data menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Teori yang digunakan dalam menganalisa data yang diperoleh adalah dengan menggunakan teori konstruktivisme milik Nicolus Onuf dan konsep *celebrity diplomacy* oleh Andrew F. Cooper. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Seventeen berhasil mendukung *soft power* Korea Selatan di Indonesia yang dinilai dari 3 indikator *celebrity diplomacy* yaitu kesadaran publik, penggalangan dana, dan lobi politik.

**Keywords:** Seventeen, Celebrity Diplomacy, Soft Power, Fanbase Carat Indonesia

(\*) Corresponding Author:

**How to Cite:** Umul, N., Lubis, F., & Marsingga, P. (2025). Celebrity Diplomacy Boygrup Seventeen dalam Mendukung Soft Power Korea Selatan di Indonesia Studi Kasus pada Fanbase di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(10.C), 106-122. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13037>

---

### **PENDAHULUAN**

Korea Selatan memiliki banyak budaya, mulai dari yang tradisional hingga modern, yang dikenal sebagai *Hallyu Wave* atau gelombang Korea (Sari, 2017). *Hallyu Wave* atau gelombang Korea jika diartikan secara harfiah, merupakan gelombang yang mengacu pada populernya budaya Korea yang tersebar secara global di seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Banyak aspek yang menjadi faktor populernya budaya Korea di Indonesia di antaranya makanan, film, literatur, bahasa, kosmetik dan musik. Salah satu perkembangan budaya Korea Selatan yang sedang naik daun masuk ke negara-negara dan terus berkembang yakni musik dengan genre pop yang berkembang di Korea Selatan atau biasa dikenal sebagai K-Pop.

Saat ini, Korean Pop atau K-Pop masih sangat populer di banyak tempat, termasuk di Indonesia. Salah satu genre musik Korea Selatan yang dikenal sebagai K-pop terdiri dari pop, electropop, dance, hip hop, dan rock. Kemajuan teknologi dan kecepatan informasi di internet telah memungkinkan K-pop untuk masuk ke negara lain. Setelah muncul, gaya musik Korean Pop dikenal sebagai Korean Wave atau Hallyu (Ni'ma, 2016). Dimulai pada tahun 2002 dengan penayangan drama Korea di salah satu stasiun televisi swasta, K-pop mulai berkembang di Indonesia pada tahun 2011. Sejak saat itu, banyak masyarakat di Indonesia mulai menyukai drama Korea, film, dan boyband dan girlband Korea. Saat ini, banyak grup kpop

telah bertahan dari generasi ke generasi, dan antusiasme masyarakat Indonesia terus meningkat dari generasi ke generasi.

Salah satu grup musik boyband K-pop bernama Seventeen memulai karirnya pada tanggal 26 Mei 2015 di bawah naungan Pledis Entertainment. Nama Seventeen berasal dari frase "13 Anggota + 3 Unit + 1 Grup", yang menggambarkan bagaimana tiga belas orang dari tiga subunit berbeda bersatu menjadi satu grup dan keluarga. Dengan keluarnya album pertama mereka "17 Carat", yang memiliki lagu utama oleh Adore U, Seventeen dibagi menjadi tiga kelompok: vokal, penampilan, dan hip-hop. Sejak debutnya, Seventeen telah membuat karya sendiri, mulai dari musik hingga koreografi tarian, yang membuat mereka dikenal sebagai idola pembuat sendiri atau *self producing idol*. Tidak diragukan lagi, Seventeen sangat populer di Indonesia, meskipun baru satu tahun berkarir. Ini terbukti dengan pertemuan penggemar mereka pada 5 Juni 2016, di mana tiket habis terjual di semua kategori (Hidayati, 2017).

Tidak terkecuali untuk anggota k-pop grup, suatu figur publik menjadi sangat populer terlepas dari dukungan para fans. Karena "penggemar adalah bagian yang paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop", menurut John Storey (2008), kelompok penggemar selalu akan muncul sebagai hasil dari konsumsi budaya populer. Penggemar K-pop kebanyakan wanita. Akibatnya, diduga bahwa istilah "fangirling" lebih sering digunakan dalam konteks K-pop daripada istilah "fanboying". Penggemar wanita Kpop menunjukkan bahwa mayoritas penggemar Kpop, terutama penggemar musik Kpop, 55% adalah wanita, sementara hanya 45% pria menyukai Kpop, yang hampir tidak berubah, menunjukkan bahwa mayoritas penggemar Kpop adalah wanita (Naila, 2022). Di K-Pop, istilah fangirl dan fangirling menjadi lebih umum. Sama seperti idola atau publik figur lainnya, Seventeen juga memiliki komunitas penggemar yang disebut sebagai "CARAT."

Sejak debutnya, Seventeen telah sukses dalam industri musik, seperti yang ditunjukkan oleh penjualan album penuh pertama mereka, "Love and Letter," yang dirilis pada 25 April 2016. Diumumkan sebelumnya bahwa sekitar 150.000 eksemplar album tersebut telah dibeli. Album ini juga menduduki puncak penjualan prapesan di Tower Record dan HMV, meskipun grup tersebut belum melakukan debut resmi di Jepang. Lagu ini mendapat pujian dari para kritikus, mencapai peringkat teratas di berbagai tangga lagu, dan akhirnya memenangkan penghargaan musik pertama Show Champion (K, 2016). Setelahnya Seventeen kian aktif merilis album setiap tahunnya, yaitu *Going Seventeen* (2017), *Director's Cut* dan *You Make My Day* (2018), *You Made You Dawn*, *Happy Ending*, dan *And Ode* (2019), *Fallin Flower*, *Heng:garae*, dan *Semicolon* (2020), *Your Choice dn Attaca* (2021), *Darl+ing*, *Face The Sun*, dan *Sector 17* (2022), FML dan *Seventeenth Heaven* (2023), *17 is Right Here* (2024). Dari semua album tersebut Seventeen menunjukan prestasi yang menakjubkan dengan menduduki puncak tangga lagu musik online, memenangkan berbagai acara pertunjukan musik seperti Show Champion, Music Bank, dan memenangkan berbagai penghargaan.

No.	Penghargaan yang diterima	Kategori Penghargaan	Tahun
1	Billboard 21 under 21	Music Hottest Youngstar	2015
2	Golden Disk Award	Best New Artist	2016

	Seoul Music Awards Melon Music Awards Asia Artist Awards	New Artist Award MBC Music Star Award Best Start Award Music	
3	Asia Artist Awards Mnet Asian Music Awards	Best Artist Award-Music Best dance performancemale group	2017 – 2018
4	Asia Artist Awards	Artist of the Year-Music	2018
5	Asia Artist Awards  Asia Artist Awards Asia Artist Awards Melon Music Awards Asia Music Festival (China)	Best Social Artist AwardMusic Best Icon Award-Music Album of the Year (Daesang) Stage of the year Album of the Year	2019
6	QQ Music ‘Boom Boom Awards (China) BreakTudo Award APAN Music Awards Prime Minister’s Commendation Mnet Asian Music Awards The Fact Music Awards	Asian Pioneer Idol Group of the Year K-Pop Male Group New Wave Award (Male) Korean Popular Culture and Arts Awards Worldwide fans Choixe top 10 Global Favourite Performer Year’s artist Worldwide icon	2020
7	Minister of Culture, Sports and Tourism Awards Asia Artist Award Brand Customer Loyalty Awards Brand of the Year Awards Golden Disc Awards Mnet Asian Music Awards Tokopedia WIB Indonesian K-Pop Awards	Artist of the year Newsis Hallyu Expo Fabulous award-music Artist of the Year-music Best Male Rookie Award Rookie Male Idol Rookie Artist of the Year Worldwide Fans’Choice Top 10 Ter-mood Boster	2021
8	The Fact Music Awards Golden Disc Award Asia Artist Awards Mnet Asian Music Awards Melon Music Awards	Artis of the Year (Bonsang) Cosmopolitan Artist Award Fabulous Award	2022

	Seoul Music Awards Golden Disc Award	Singer of the Year (Daesang) Best Musician Award Worldwide fans' choice top 10 Best dance performacemale group Top 10 Artist Rookie of the Year	
9	The Fact Music Awards	Daesang Best Performance	2023
10	Mnet Music Award	Artist of The Year (Daesang) Album of The Year (Daesang)	2024

Sumber : carat.fandom.com

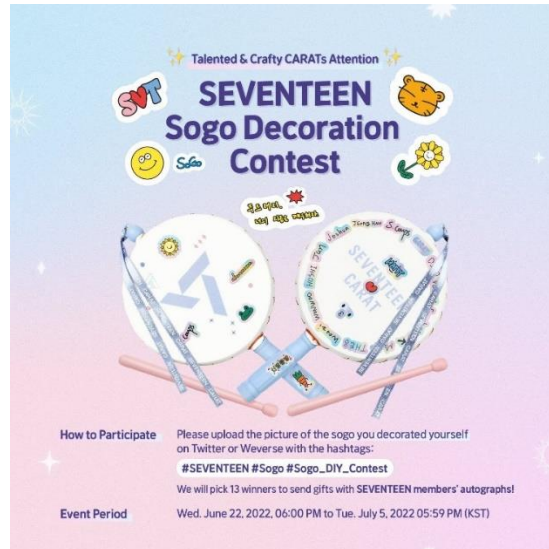
Tabel 1.1 Daftar Penghargaan Seventeen 2015 - 2024

Korea Selatan, bersama Komisi Nasional Korea dan UNESCO, memulai kampanye "#GoingTogether" untuk membantu meningkatkan standar pendidikan global. Kampanye ini telah berlangsung sejak 2022 untuk mendorong pentingnya pendidikan bagi setiap orang di dunia (Liputan 6, 2024). Sejak 2022, Seventeen secara resmi mendukung kampanye #GoingTogether dan hadir di Forum Pemuda UNESCO ke-13 di Paris, Prancis, pada November 2023. Dunia K-pop mengingat peristiwa ini karena Seventeen menjadi grup pertama yang diundang untuk berbicara dan tampil di forum tersebut. Kehadiran mereka di forum tersebut menunjukkan penghargaan atas pengaruh Seventeen di seluruh dunia dan peran mereka sebagai contoh dan panutan bagi pemuda di seluruh dunia. Seventeen menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan pesan inspiratif tentang pentingnya pendidikan dan kekuatan seni untuk menghasilkan perubahan positif.

Pada tanggal 26 Juni 2024, Seventeen ditunjuk secara resmi oleh Direktur Jenderal UNESCO sebagai Duta Besar Untuk Pemuda atau *Goodwill Ambassador For Youth*. Penobatan ini merupakan suatu pencapaian baru untuk Seventeen maupun dunia K-pop karena Seventeen adalah grup idola K-pop pertama yang diberi penghargaan *Goodwill Ambassador for Youth* UNESCO. "Grup ini telah menjadi simbol bagi jutaan pemuda di seluruh dunia, dalam menyebarkan energi positif dan semangat kepemimpinan." Direktur Jenderal UNESCO Audrey Azoulay menyatakan, "UNESCO, sebagai organisasi PBB di bidang Kebudayaan dan Pendidikan, sangat senang dapat bekerja sama dengan Seventeen untuk memberikan sarana bagi pemuda untuk mengekspresikan diri dan bertindak menghadapi tantangan besar di abad ini." (UNESCO, 2024).

Pada tahun 2022, Seventeen mengeluarkan official merchandise yang berbentuk salah satu alat musik tradisional Korea Selatan bernama Sogo. Sogo merupakan salah satu alat musik tradisional Korea Selatan yang secara harfiah merupakan gendang genggam berkepala dua yang dimainkan oleh pemukul. Seperti banyak gendang lainnya, gendang ini dihiasi dengan taegeuk yang berupa lingkaran tiga warna yang melambangkan yin-yang (The MetMuseum). Setelah dirilis

*merchandise official* berupa sogo tersebut, Seventeen mengadakan kompetisi yang bisa diikuti oleh Carat untuk menghias sogo tersebut dengan kreativitas masing – masing.



Gambar 1.3 Kompetisi Dekorasi Sogo oleh Seventeen

Sejak diumumkannya kontes dekorasi tersebut, banyak carat yang membeli *merchandise* sogo tersebut dan menghiasnya dengan kreatif. Kontestasi tersebut menjadi trending topik di media sosial Twitter dengan tagar #Sogo\_DIY\_Contest.



Gambar 1.4 *Official Merchandise* Seventeen berbentuk Sogo

Seventeen berhasil mengenalkan sogo sebagai alat musik tradisional Korea Selatan kepada para penggemar dengan menjadikannya *merchandise official* hingga mengadakan kontestasi untuk penggemar. Seventeen menjadikan sogo sebagai barang dagangan resmi mereka sebagai cara mereka menghargai tradisi budaya Korea. Melalui keputusan ini, Seventeen tidak hanya memperkenalkan

musik K-pop, tetapi juga memberi penggemar di seluruh dunia kesempatan untuk mengenal lebih dalam tentang kekayaan musik tradisional Korea. Dengan menjual *official merchandise* berbentuk Sogo tersebut, Seventeen telah berhasil mengenalkan dan mempromosikan budaya Korea Selatan yang dikemas kepada para fans. Popularitas Seventeen sebagai duta pemuda UNESCO sekaligus *public figure* juga dapat dimanfaatkan yang merupakan bagian dari budaya politik modern untuk menggerakkan opini publik (Cooper, 2008). Dalam konteks ini adalah upaya meningkatkan *soft power* Korea Selatan pada faktor budaya. Sebagai *public figure*, Seventeen memiliki penggemar atau fans yang senantiasa mendukung mereka dalam berkarir, tidak luput juga fans yang berada di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pembahasan secara deskriptif. Menurut (Moleong, 2017) metode kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan terhadap sebuah fenomena yang dialami oleh subjek terkait perilaku, tindakan, motivasi, dll yang sedang atau yang telah terjadi. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena akan memaparkan hasil-hasil temuan serta analisis terkait perilaku celebrity diplomacy Seventeen dalam mendukung soft power Korea Selatan di Indonesia pada fanbase di Indonesia melalui penyusunan kalimat dan dokumentasi berupa gambar atau screenshot tanpa adanya data mengenai angka.

Pada penelitian saat ini, peneliti menggunakan admin fanbase idol K-Pop Seventeen sebagai sumber data utama atau primer dan peneliti memanfaatkan sumber data sekunder sebagai salah satu sumber informasi yang digunakan yaitu jurnal pendukung seperti penelitian sebelumnya, artikel dari berita online, buku referensi, dan dokumentasi hasil dari informan.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### ***Celebrity Diplomacy* dalam Teori Konstruktivisme**

Selama beberapa tahun terakhir, selebriti telah menjadi tren di dunia internasional untuk digunakan sebagai alat diplomasi oleh suatu negara. Ada kemungkinan bahwa diplomasi publik melalui peran selebriti akan jauh lebih efektif dan memiliki dampak yang lebih besar baik di tingkat nasional maupun internasional. Celebrity diplomacy telah menjadi bagian dari kemajuan diplomasi modern, yang sekarang melibatkan aktor negara dan institusi formal serta aktor non-negara yang memiliki pengaruh kultural dan simbolik di seluruh dunia. Istilah ini mengacu pada keterlibatan selebritas—baik artis, musisi, aktor, atau atlet—dalam agenda politik internasional, diplomasi publik, serta masalah kemanusiaan global seperti pengentasan kemiskinan, pengungsi, dan perubahan iklim. Para selebritas ini menggunakan ketenaran dan akses media mereka untuk memengaruhi opini publik global, membentuk wacana global, dan bahkan terkadang mendorong aktor negara untuk mengubah kebijakan internasional (Wheeler, 2011).

Selebriti, sebagai salah satu contoh aktor non-negara yang semakin penting, menunjukkan hubungan yang semakin jelas antara ranah domestik dan internasional, di mana publik domestik seringkali menerima informasi dari audiens asing, dan sebaliknya. Di era di mana opini dunia sangat penting, komunikasi di dalam negeri dan di luar negeri telah menjadi tantangan yang sulit bagi diplomat dan pembuat kebijakan. Selebriti dapat menarik perhatian publik dan media melalui upaya persuasif yang sulit dicapai oleh perusahaan atau organisasi non-pemerintah (Potter, 2003).

Fakta bahwa selebriti memiliki peran sosial menunjukkan bahwa mereka berhasil tidak hanya di industri hiburan tetapi juga membentuk norma, nilai, dan cara mereka mempengaruhi masyarakat. Pada dasarnya, dia memiliki kekuatan untuk membantu menyetujui undang-undang atau berbicara karena dia memahami dan tahu banyak tentang kontribusi sosialnya. Mereka, seperti contohnya, mempengaruhi opini publik atau meningkatkan kesadaran tentang masalah sosial, yang menjadikannya sebagai contoh dampak sosial mereka. Oleh karena itu, popularitas selebriti membantu mereka menjadi lebih dikenal oleh masyarakat dan menambah nilai pada komunikasi politik (Muradi, 2017).

Selebriti tumbuh menjadi kekuatan politik di tingkat internasional dengan berkomitmen terhadap masalah lingkungan, dan mereka sering mengambil mobilisasi dari berbagai macam orang dan pemerintah untuk mengambil tindakan dalam bidang politik tertentu. Salah satu artis, aktor Leonardo Dicaprio, memotivasi penonton globalnya untuk bekerja sama dan meminta tindakan cepat melawan perubahan iklim. Dengan demikian, keterlibatan mereka dalam hubungan internasional ini dapat dianggap sebagai hasil dari pendekatan konvensional mereka untuk advokasi politik. karena kesuksesan mereka sangat memungkinkan mereka untuk terlibat dalam diplomasi internasional (Partzch, 2018).

Peran selebritas dalam diplomasi ini juga sangat erat kaitannya dengan proses konstruksi identitas dan legitimasi. Selebritas membawa narasi tertentu yang dapat membentuk opini publik tentang suatu isu. Dalam beberapa kasus, narasi ini bahkan lebih dipercaya oleh masyarakat daripada narasi resmi dari pemerintah, karena dianggap lebih netral, empatik, dan berbasis pengalaman pribadi. Konstruktivis melihat hal ini sebagai bukti bahwa makna dan norma dalam sistem internasional sangat bergantung pada bagaimana suatu isu dikonstruksi secara sosial dan siapa yang menyuarakannya (Rianne, 2002). Selebritas memiliki kekuatan dalam diplomasi karena mereka dapat menggabungkan citra pribadi dan profesional mereka dengan prinsip moral. Kekuatan narasi ini meningkat dalam sistem internasional yang semakin terbuka dan terhubung oleh media digital. Selebritas yang memiliki penggemar di seluruh dunia mampu membentuk komunitas internasional yang dapat bekerja sama untuk mendukung masalah tertentu. Diplomasi celebrity berbeda dari diplomasi konvensional karena keberhasilannya tidak bergantung pada kekuatan militer atau ekonomi, tetapi pada kemampuan untuk menggerakkan perasaan, perhatian, dan persatuan di seluruh dunia (Ann, 2011).

Celebrity diplomacy biasanya dilakukan melalui media sosial, kampanye online, dan kolaborasi dengan organisasi internasional. Dalam situasi ini, konstruktivisme menjadi sangat relevan karena memberikan analisis yang kuat tentang bagaimana ide, simbol, dan identitas memengaruhi organisasi dan dinamika

kekuasaan internasional. Selebritas menciptakan makna dan mengubah persepsi, yang pada gilirannya dapat memengaruhi bagaimana suatu negara dan organisasi internasional menangani masalah. Oleh karena itu, diplomasi publik dapat dianggap sebagai representasi nyata dari kekuatan konstruktif dalam hubungan internasional: di mana narasi, norma, dan legitimasi memainkan peran penting dalam menentukan realitas politik dunia.

### **Celebrity Diplomacy Seventeen dalam Mendukung Soft Power Korea Selatan di Indonesia**

Diplomasi publik Korea Selatan telah menunjukkan hasil yang sangat baik sejak 2010. Hal ini disebabkan karena diplomasi publik adalah salah satu dari tiga poros utama diplomasi Korea Selatan, bersama dengan diplomasi negara dan diplomasi ekonomi. Diplomasi publik Korea meningkatkan hubungan diplomatik dengan berbagi sejarah, tradisi, budaya, seni, nilai, kebijakan, dan visi negaranya dengan warga negara lain. Dengan melakukan ini, Korea Selatan dapat meningkatkan hubungan diplomatik dan image nasionalnya dengan memperoleh kepercayaan internasional dan meningkatkan kekuatan globalnya (Republic of Korea Ministry of Foreign Affairs, 2016). Diplomasi publik Korea Selatan memberikan kesempatan bagi setiap warga negara untuk menjadi bagian dari brand ambassador diplomasi publik Korea Selatan. Aktor non-negara seperti perusahaan swasta, organisasi kemasyarakatan, ataupun masyarakat dari negara itu sendiri dalam diplomasi publik berperan untuk menarik publik asing yang lebih luas diluar pemerintahan negara-negara asing.

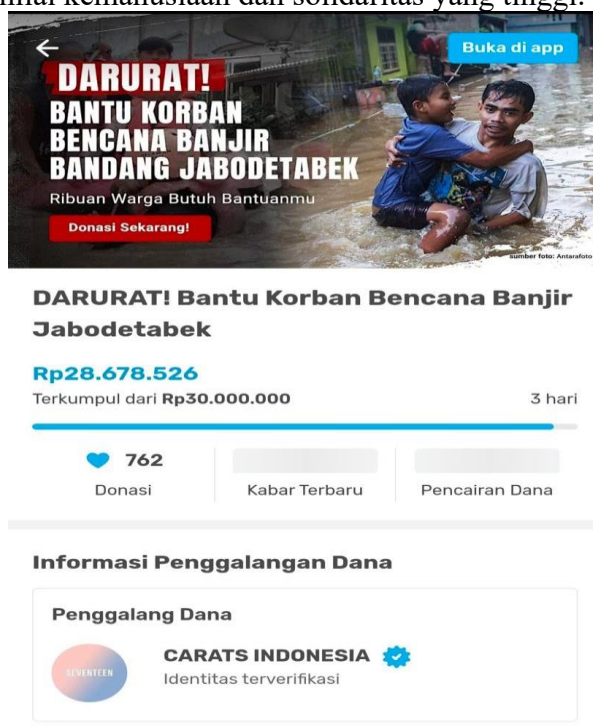
Seventeen merupakan salah satu *boyband* Korea Selatan yang menjadi salah satu aktor diplomasi publik Korea Selatan. Seventeen telah menjadi salah satu ikon K-pop terkenal di seluruh dunia berkat musik populer mereka dan penampilan yang menarik. Selain memberikan hiburan, grup ini membawa pesan yang lebih besar tentang budaya, bahasa, dan nilai-nilai Korea Selatan saat ini. Karya mereka dihargai di Korea dan di pasar global, termasuk Indonesia. Dengan fanbase yang besar di Indonesia, Seventeen berfungsi sebagai "duta" budaya yang membawa budaya Korea melalui lagu-lagu mereka.

Di Indonesia, Seventeen dikenal bukan hanya sebagai grup musik, tetapi juga sebagai bagian dari fenomena budaya K-pop global. Penerimaan budaya Korea oleh orang Indonesia sangat dipengaruhi oleh kepopuleran mereka. Kegiatan promosi Seventeen, seperti konser, kerja sama dengan merek terkenal, dan berinteraksi dengan penggemar, membantu menyebarkan budaya Korea ke masyarakat Indonesia. Seventeen memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara kedua negara, terutama dalam hal budaya dan diplomasi. Selain menjadi artis, Seventeen terlibat dalam berbagai acara diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan. Salah satu contohnya adalah partisipasi mereka dalam acara yang diadakan oleh KOTRA (Korea Trade-Investment Promotion Agency) dan Korean Cultural Center di Indonesia. Dalam acara-acara ini, mereka tidak hanya mempromosikan musik mereka, tetapi juga memberi penggemar Indonesia pengetahuan tentang budaya, bahasa, dan tradisi Korea (Khaerunnisa, 2021).

### **Celebrity Diplomacy Seventeen dalam Kesadaran Publik**

Dalam penelitian ini, wawancara mendalam telah dilakukan dengan salah satu admin fanbase carat Indonesia untuk menggali lebih lanjut terkait persepsi sebagai admin fanbase terhadap peran grup K-Pop Seventeen dalam membentuk kesadaran publik, khususnya melalui tindakan-tindakan yang mencerminkan konsep *celebrity diplomacy*. Hasil wawancara memperlihatkan adanya keterhubungan yang cukup signifikan antara perilaku dan citra publik Seventeen dengan kesadaran sosial dan bahkan aksi nyata dari para penggemarnya. Wawancara dengan admin fanbase Carat Indonesia menunjukkan bahwa Seventeen sebagai grup idola Korea Selatan telah meningkatkan kesadaran budaya Korea dan *soft power* Korea Selatan di Indonesia. Admin fanbase menyatakan bahwa Seventeen bukan hanya terkenal karena musik dan penampilan panggung mereka, tetapi juga karena nilai-nilai kehidupan sehari-hari mereka, seperti kerja keras, kebersamaan, kesopanan, dan perhatian terhadap masalah sosial. Hal ini membuat Seventeen bukan sekadar artis hiburan tetapi juga menjadi role model yang memengaruhi penggemarnya.

Admin menyatakan bahwa platform online seperti *YouTube*, *Weverse*, *X*, dan *Instagram* adalah cara penting untuk menyebarkan nilai-nilai budaya Korea. Dalam konten seperti video blog, tur, dan aktivitas sehari-hari anggota Seventeen, budaya Korea digambarkan secara sederhana dan mudah dipahami, menarik penggemar untuk lebih mengenal aspek-aspeknya, seperti bahasa, makanan, dan norma sosial. Selain itu, admin menyatakan bahwa penggemar Carat Indonesia aktif mengambil bagian dalam berbagai acara sosial dan budaya yang terkait dengan Seventeen. Misalnya, mengadakan proyek donasi, mengadakan kampanye lingkungan, atau mengadakan perayaan ulang tahun anggota yang dikemas dengan aktivitas sosial. Kegiatan ini tidak hanya menunjukkan kecintaan terhadap Seventeen, tetapi juga membantu mempromosikan Korea Selatan sebagai negara yang memiliki nilai-nilai kemanusiaan dan solidaritas yang tinggi.



The image shows a screenshot of a crowdfunding campaign on a social media platform. The main banner features a photo of a man holding a child in a flooded area. The text on the banner reads: "DARURAT! BANTU KORBAN BENCANA BANJIR BANDANG JABODETABEK" and "Ribuan Warga Butuh Bantuanmu". A red button says "Donasi Sekarang!". A blue button in the top right corner says "Buka di app". Below the banner, the campaign title is "DARURAT! Bantu Korban Bencana Banjir Jabodetabek". The amount raised is "Rp28.678.526" and the goal is "Rp30.000.000". It has been running for "3 hari". There are "762" likes and three buttons: "Donasi", "Kabar Terbaru", and "Pencairan Dana". At the bottom, there is a section titled "Informasi Penggalangan Dana" showing the organizer as "CARATS INDONESIA" with a verified identity icon.

#### Gambar 4.1 Proyek Donasi oleh Fanbase Carat Indonesia

Dalam konteks globalisasi budaya, keberadaan figur publik seperti artis K-Pop menjadi bagian penting dari strategi diplomasi publik (*public diplomacy*) yang dijalankan oleh negara seperti Korea Selatan. Diplomasi publik sendiri, menurut Melissen (2005), adalah proses komunikasi strategis antara negara dan masyarakat asing untuk membentuk opini positif yang pada akhirnya mendukung kepentingan nasional. Seventeen sebagai grup K-Pop yang populer secara global, berfungsi sebagai aktor informal dari diplomasi publik Korea Selatan. Mereka mempromosikan citra negara bukan melalui jalur politik atau ekonomi, melainkan lewat budaya populer, yang menjadi komponen utama dari *soft power*—kekuatan untuk memengaruhi tanpa paksaan, sebagaimana didefinisikan oleh Joseph Nye. Nye menjelaskan bahwa kekuatan lunak dapat bersumber dari budaya, nilai-nilai, dan kebijakan yang dilihat sebagai sah dan menarik oleh negara lain.

Seventeen menyampaikan daya tarik Korea melalui musik, penampilan, dan interaksi digital yang membentuk persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan. Dalam hal ini, mereka tidak hanya menjadi artis, tetapi juga simbol budaya Korea yang hidup dan dekat dengan masyarakat internasional, khususnya di kalangan penggemar muda Indonesia. Wawancara dengan admin fanbase Carat Indonesia memperlihatkan bahwa Seventeen menjalankan fungsi *celebrity diplomacy* ini dengan efektif. Mereka menjadi jembatan atau penghubung antara budaya Korea dengan publik Indonesia, dengan pendekatan yang personal, menyenangkan, dan sarat nilai positif. Lewat konten media sosial, vlog, dokumentasi konser, hingga variety show, mereka menampilkan kehidupan sehari-hari yang penuh nilai seperti kerja keras, solidaritas, sopan santun, dan kepedulian sosial—semua itu mencerminkan budaya Korea dan menarik perhatian publik Indonesia.

Menurut Andrew F. Cooper, konsep diplomasi selebritas menunjukkan bahwa selebriti dapat berperan sebagai agen diplomatik internasional yang kuat, terutama karena mereka memiliki platform, visibilitas, dan pengaruh emosional terhadap publik. Cooper menyatakan bahwa selebriti memiliki kemampuan untuk melampaui batas politik formal dan berbicara langsung kepada masyarakat luas, terutama generasi muda, yang seringkali tidak dapat diakses oleh pendekatan diplomatik konvensional. Seventeen membentuk persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan melalui musik mereka, penampilan, dan interaksi digital yang menunjukkan daya tarik Korea. Dengan demikian, mereka tidak hanya menjadi artis tetapi juga simbol budaya Korea yang hidup dan dekat dengan masyarakat internasional, khususnya fans di Indonesia.

Pemerintah Korea Selatan telah menerapkan kebijakan kultural yang dikenal sebagai *Korean Wave* (Hallyu) sejak awal tahun 2000-an, dan keberhasilan Seventeen adalah bagian dari strategi ini. Korea Selatan membangun daya tarik global melalui ekspor budaya populernya, seperti drama, film, makanan, dan musik. Seventeen telah memainkan peran penting sebagai aktor diplomasi budaya, hal ini dapat dilihat dari perspektif teori *soft power* (Nye), *public diplomacy*, dan *celebrity diplomacy* (Cooper). Mereka tidak hanya mendorong industri hiburan, tetapi mereka juga membawa nilai-nilai budaya Korea yang diterima dan dihargai oleh masyarakat Indonesia terutama di kalangan fans.

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan admin fanbase Carat Indonesia, Penulis dapat menemukan bahwa Seventeen telah menjalankan fungsi sebagai agen tidak resmi dalam praktik *celebrity diplomacy*, yaitu diplomasi yang dijalankan oleh selebriti untuk membangun hubungan kultural dan emosional lintas negara. Pengaruh mereka secara tidak langsung memperluas jangkauan budaya Korea dan meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan, baik dalam hal budaya populer maupun budaya tradisional. Kesadaran publik yang terbentuk melalui interaksi dengan figur seperti Seventeen telah berkontribusi terhadap peningkatan soft power Korea Selatan, khususnya di kalangan generasi muda Indonesia yang aktif di media sosial dan komunitas penggemar.

### **Celebrity Diplomacy Seventeen dalam Penggalangan Dana**

Menurut Andrew F. Cooper, salah satu aspek penting dari celebrity diplomacy adalah kemampuan selebritas untuk menggunakan popularitas dan kekuatan mereka untuk mendorong tindakan sosial dan kemanusiaan, seperti penggalangan dana atau kampanye amal. Dalam perspektif ini, artis dianggap tidak hanya sebagai simbol hiburan, tetapi juga sebagai penggerak perubahan sosial. Mereka memiliki kekuatan moral dan simbolik untuk memobilisasi publik. Meskipun tidak secara eksplisit, Seventeen menunjukkan sifat ini melalui aktivitas sosial mereka dan fanbase-nya. Di Indonesia, Carat Indonesia secara aktif berpartisipasi dalam berbagai penggalangan dana dan inisiatif sosial atas nama Seventeen, terutama pada peristiwa penting seperti ulang tahun anggota, perayaan debut, dan tindakan terhadap bencana alam.

Fanbase Carat Indonesia kemudian bertindak sebagai perpanjangan tangan dari tindakan diplomatik ini. Fanbase menciptakan bentuk solidaritas global melalui nama Seventeen. Mereka menciptakan gambaran yang baik tentang Korea Selatan sebagai negara yang memiliki budaya modern dan kaya serta nilai-nilai kemanusiaan yang kuat. Dengan kata lain, penggalangan dana yang dilakukan oleh penggemar tidak hanya merupakan cara untuk mendukung idola, tetapi juga merupakan bagian dari diplomatik budaya dan moral, yang memperkuat soft power Korea Selatan di Indonesia.

Berikut tabel data penggalangan dana yang telah dilakukan oleh Seventeen dan Fanbase Carat Indonesia:

Tahun	Jenis Donasi	Jumlah Donasi
2023	Bantuan pendidikan di Timor Leste	KRW 8.000.000
2024	Bantuan pendidikan di Malawi, Afrika	KRW 10.000.000
	Sumbangan untuk UNESCO	USD 1.000.000

Tabel 4.1 Daftar Donasi yang Dilakukan Seventeen

Tahun	Jenis Donasi	Jumlah Donasi
-------	--------------	---------------

2023	Donasi Bencana Krisis Pangan di Yahukimo, Papua	Rp5.121.413
	Penanaman Bibit Pohon “Gerakan Adopsi Hutan”	Rp500.000.00
2024	Donasi Korban Erupsi Gunung Lewutubi, NTT	Rp5.256.750
2025	Donasi Bantuan Korban Bencana Banjir JABODETABEK	Rp30.444.526

Tabel 4.2 Daftar Donasi yang Dilakukan Carat

Konsep diplomasi publik, di mana aktor negara tidak lagi mendominasi hubungan internasional, tetapi juga aktor non-negara, seperti komunitas fandom, sekarang mendominasi hubungan internasional. Aktivitas penggalangan dana ini juga terkait dengan konsep diplomasi publik.

Penulis melihat bahwa aksi penggalangan dana ini menunjukkan kepedulian sosial dan diplomasi budaya Korea Selatan di mata publik internasional. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity diplomacy* dapat mengubah cara diplomasi modern, di mana kekuatan budaya dan moral berfungsi sebagai alat yang sangat efektif untuk membangun hubungan antarbangsa.

### **Celebrity Diplomacy Seventeen dalam Lobi Politik**

Seventeen menggunakan *celebrity diplomacy* untuk menciptakan "ruang diplomatik" baru yang informal namun kuat. Seventeen dianggap sebagai perwakilan politik kultural yang menciptakan lingkungan sosial-politik yang mendukung hubungan antara Indonesia dan Korea Selatan. Joseph Nye menyatakan bahwa pengaruh sebuah negara bergantung pada kemampuannya untuk membuat orang lain “ingin” mengikutinya (Nye, 2004). Seventeen—melalui popularitas dan citra mereka menjadi “duta kultural” yang sangat efektif dalam menciptakan simpati dan ketertarikan, yang akhirnya menciptakan kondisi politik yang lebih mendukung bagi Korea Selatan.

Seventeen secara resmi ditunjuk sebagai Duta Besar Untuk Pemuda oleh Direktur Jenderal UNESCO pada tanggal 26 Juni 2024. Penobatan ini merupakan pencapaian baru bagi Seventeen dan dunia K-pop karena Seventeen adalah grup idola K-pop pertama yang diberi penghargaan *Goodwill Ambassador for Youth UNESCO* (UNESCO, 2024). Dalam upaya untuk meningkatkan standar pendidikan global, Korea Selatan, bersama dengan Komisi Nasional Korea dan UNESCO, memulai kampanye “#GoingTogether”. Untuk mendorong pentingnya pendidikan bagi setiap orang di dunia, kampanye ini telah berlangsung sejak 2022 (Liputan 6, 2024). Pada November 2023, Seventeen secara resmi mendukung kampanye #GoingTogether dan hadir di Forum Pemuda UNESCO ke-13 di Paris, Prancis.



Gambar. 4.4.3.1 Penobatan Seventeen sebagai Duta Pemuda UNESCO



Gambar 4.4.3.2 Kampanye #GoingTogether Seventeen dengan UNESCO

Kehadiran mereka di forum tersebut menunjukkan penghargaan atas pengaruh Seventeen di seluruh dunia dan peran mereka sebagai contoh dan panutan bagi pemuda di seluruh dunia. Seventeen menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan pesan inspiratif tentang pentingnya pendidikan dan kekuatan seni untuk menghasilkan perubahan positif.

Penulis melakukan wawancara dengan admin fanbase yang menyatakan sebagai berikut:

“Kalau terjun langsung ke dunia politik memang Seventeen belum pernah yaa, tapi beberapa waktu dengan ditunjuknya mereka sebagai duta pemuda UNESCO juga merupakan kebanggan dan sudah masuk lingkup politik yaa karena mereka punya peran sebagai Ambassador jadi cukup berpengaruh buat dunia politik.” admin fanbase Carat Indonesia.

Berdasarkan wawancara tersebut, Penulis mendapatkan informasi bahwa keterlibatan Seventeen dalam lobi politik cukup mempunyai pengaruh karena mereka mempunyai peran sebagai *Goodwill Ambassador For Youth* UNESCO. Hal ini ditunjukkan dengan langkah mereka yang mendonasikan 1 juta dolar kepada UNESCO untuk membangun sarana pendidikan di Timor Leste dan Malawi, Afrika.

Sebagaimana dijelaskan Cooper, keterlibatan mereka dalam masalah global memberi mereka legitimasi moral yang lebih besar. Bahkan popularitas mereka dapat menjadi alasan strategis untuk kebijakan budaya dan diplomatik negara. Fanbase seperti CARAT Indonesia berfungsi sebagai pendukung politik budaya di tingkat lokal. Mereka menjadi pendorong diplomasi budaya yang berdampak pada kebijakan publik dan kerja sama antarnegara dengan menyuarakan ketertarikan terhadap Korea melalui kampanye, konten digital, dan acara kolaboratif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan bagaimana *celebrity diplomacy* Seventeen dalam mendukung *soft power* Korea Selatan pada fanbase di Indonesia. Data-data yang diperoleh diatas berasal dari hasil wawancara dan dan studi pustaka dengan menelusuri literatur-literatur, jurnal, artikel berita, buku, buku elektronik serta website resmi pemerintah atau organisasi internasional.

Pemerintah Korea Selatan berusaha meningkatkan reputasi Korea Selatan di mata dunia dengan memanfaatkan fenomena *Korean Wave* atau Hallyu. Selain itu, pemerintah Korea bekerja sama dengan perusahaan swasta untuk membantu menyebarkan dan mengembangkan Hallyu di negaranya. Salah satunya dengan diplomasi publik melalui Seventeen. Diplomasi publik Korea Selatan menjadikannya salah satu negara maju di Asia dan memiliki pengaruh dalam hubungan internasional.

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *celebrity diplomacy* Seventeen dalam mendukung *soft power* Korea Selatan di Indonesia melalui fanbase Carat sangat efektif. Hal ini bisa dilihat dari data-data yang diuraikan diatas dimana dalam perjalanan karirnya, Seventeen mampu mengenalkan lebih dalam terkait Korea Selatan kepada penggemar Seventeen yaitu Carat. Keberhasilan tersebut dilihat dari 3 indikator dari konsep *celebrity diplomacy* yaitu kesadaran publik, penggalangan dana, dan lobi politik.

Hasilnya menunjukkan bahwa kesadaran publik mengenal lebih jauh tentang Korea Selatan pada fanbase di Indonesia meningkat seiring perjalan karir Seventeen dan popularitasnya. Dari kesadaran publik tersebut Seventeen dan fanbase Carat Indonesia melakukan aksi-aksi penggalangan dana sebagai bentuk kepedulian sebagai *Goodwill Ambassador for Youth* untuk Seventeen dan Fanbase Carat Indonesia yang terinspirasi dari Seventeen. Ditunjuknya Seventeen sebagai *Goodwill Ambassador for Youth* UNESCO juga merupakan sebuah lobi politik

yang dapat Seventeen gunakan untuk menginspirasi pemuda di seluruh dunia. Lobi politik tersebut sudah ditunjukkan Seventeen dalam bentuk donasi dengan membangun pusat dan sarana pendidikan di Timor Leste dan Malawi, Afrika.

## REFERENSI

- Alam, S., dkk. (2017). Musik K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Dalam Soft Power Korea Selatan. *Jurnal International & Diplomacy*, Vol. 3, No.1.
- Anindi, P.Z. (2023). Peran Girl Group Twice Dalam Membangun Persepsi Positif Korea Selatan Di Jepang. Universitas Bosowa, Makassar.
- Ann Richey. L. (2011). *Brand Aid: Shopping Well to Save the World*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cooper, E.A., dkk. (2013). *The oxford handbook of modern diplomacy*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hennida, C. (2008). Diplomasi Publik dan Politik Luar Negeri. Departemen Hubungan Internasional, Universitas Airlangga. Vol. 22, No. 1
- Hidayati, L. (2017). Fans Geger Tiket Konser BTS di Jakarta, Langsung Sold Out, <https://celebrity.okezone.com/read/2017/04/05/33/1659454/fans-geger-tiket-konser-bts-di-Jakarta-langsung-sold-out>
- Jackson, Robert dan George Sorensen dalam terjemahan Dadan Suryadipura. (2005). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 307.
- Jonathan, S. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- K, J. (2018). Update: SEVENTEEN Previews “Director’s Cut” Tracks With Highlight Medley. <https://www.soompi.com/article/1113859wpp/seventeen-reveals-first-teaser-new-special-album>
- Korea Net. UNESCO Heritage in Korea, diakses pada 20 September 2024, <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/UNESCO-Treasures-in-Korea>
- Liani, H. & Viani, P. (2019). Kerja Sama Indonesia-Jepang dalam Joint Credit Mechanism (JCM) pada Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia. *Padjajaran Journal of International Relations*. Vol. 1 No. 2.
- Liputan 6. (2024). Demi Tingkatkan Kreativitas Anak Muda, UNESCO dan Grup K-Pop Seventeen Beri Hibah Rp16,4 M. <https://www.liputan6.com/amp/5629762/demi-tingkatkan-kreativitas-anak-muda-unesco-dan-grup-k-pop-seventeen-beri-hibah-rp164-m>
- Liputan 6. (2024). SEVENTEEN dan UNESCO Bangun 2 Pusat Pembelajaran di Timor Leste, CARAT Pasti Bangga. <https://www.liputan6.com/health/read/5595567/seventeen-dan-unesco-bangun-2-pusat-pembelajaran-di-timor-leste-carat-pasti-bangga?page=3>
- Ma'mun, Asep Saefudin. (2012). Diplomasi Publik dalam Membangun Citra Negara. *Komunikologi*, Vol. 9, No. 2
- McDonald, J. (1991). Further Exploration of Track Two Diplomacy. In: L. Kreisberg & S. J. Thorson (eds). *Timing the De-Escalation of International Conflict*. Syracuse: University Press.

- Ni'matus Solihah, N. I. M. (2016). Pengaruh Modernitas K-Pop Dalam Membentuk Clique Pada Santriwati Pondok Pesantren Krapyak Ali Maksum Yogyakarta. UIN Sunan Gunung Jati, Yogyakarta.
- Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs
- Nye, Joseph S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616
- Onuf, N. (1989). *World of Our Making: Rules and Rule in Social Theory and International Relations*. Columbia: University of South Carolina.
- Partzch, Lena. (2018). "Take Action Now: The Legitimacy of Celebrity Power in International Relations." *Global Governance* 24, no. 2
- [Potter, H.E. \(2003\)](#). Canada and the New Public Diplomacy, *International Journal* 58, no. 1
- [Rianne. M. \(2003\)](#). "Child Care as Citizenship? Identity and Responsibility in the Globalized Social Policy Regime," *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 9, no. 3
- Saefudin, A.M. (2012). Diplomasi Publik Dalam Membangun Citra Negara. *Jurnal Komunikologi* Volume 9 Nomor 2
- Sajow, Tirza A.P. (2016). Diplomasi Kebudayaan Pemerintah Indonesia Melalui Program Kemendikbud di Perancis. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, Vol. 4, No. 1
- Sevenhub, A. (2023). Arti Unik Dibalik Nama Fandom Seventeen "CARAT." Sevenhub.Id. <https://sevenhub.id/articles/article-detail/arti-unik-dibalik-nama-fandom-seventeen-carat>
- Sugeng, B.H. (2017). *Studi dan Teori Hubungan Internasional Arus Utama, Alternatif, dan Reflektivitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- UNESCO. (2023). SEVENTEEN Session at the 13th UNESCO Youth Forum. <https://www.unesco.org/en/articles/seventeen-session-13th-unesco-youth-forum>
- UNESCO. (2024). K-pop group SEVENTEEN to become UNESCO's first-ever Goodwill Ambassador for Youth. <https://www.unesco.org/en/articles/k-pop-group-seventeen-become-unescos-first-ever-goodwill-ambassador-youth>
- UNESCO. (2024). UNESCO and K-pop group SEVENTEEN announce \$1 million grant scheme for youth well-being and creativity. <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-and-k-pop-group-seventeen-announce-1-million-grant-scheme-youth-well-being-and-creativity>
- UNESCO. (2024). UNESCO x SEVENTEEN's "Going Together – For Youth Creativity and Well-Being" Grant Scheme. <https://www.unesco.org/en/goodwill-ambassadors/seventeen/goingtogether>
- Wang, J. (2006) Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27. Diakses dari <http://proquest.umi.com/>

[Wheeler, Mark. \(2011\). \*Celebrity Diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassador and Messengers of Peace\*, Celebrity Studies, London Metropolitan University](#)