

SKRIPSI

PENGARUH KEKUATAN *GIRLGROUP* BLACKPINK DALAM DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI KONSER BORN PINK DI JAKARTA 2023



GRACE MEGA KAYA

1910521012

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS FAJAR

MAKASSAR

2023

SKRIPSI

PENGARUH KEKUATAN *GIRLGROUP* BLACKPINK DALAM DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI KONSER BORN PINK DI JAKARTA 2023



GRACE MEGA KAYA

1910521012

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS FAJAR

MAKASSAR

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KEKUATAN BLACKPINK DALAM
DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA
MELALUI KONSER BORN PINK JAKARTA 2023**

disusun dan diajukan oleh

**GRACE MEGA KAYA
1910521012**

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, 26 Agustus 2023

Pembimbing,



Dr. Syamsul Asri, S.IP., M.Fil.I
NIDN:0908069301

**Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar**



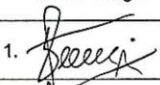



Andi Meganingratna, S.IP., M.Si.
NIDN: 0931108002

Falsifikasi

SKRIPSI**PENGARUH KEKUATAN *GIRLGROUP* BLACKPINK DALAM
DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA
MELALUI KONSER BORN PINK DI JAKARTA 2023**

disusun dan diajukan oleh

**GRACE MEGA KAYA
1910521012**Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **31 AGUSTUS 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan**Menyetujui,
TIM PENGUJI**

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Syamsul Asri, S.IP., M.Fil.I. NIDN: 0926028502	Ketua	1. 
2.	Dede Rohman, S.IP., M.Si. NIDN: 0919057501	Anggota	2. 
3.	Achmad, S.IP., M.Si. NIDN: 0919047402	Anggota	3. 
4.	Muhammad Fikri Amra, S.IP., M.H.I. NIDN: 0908069301	Anggota	4. 

**Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar**

Falsifikasi

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Grace Mega Kaya
NIM : 1910521012
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Kekuatan *Girigroup* Blackpink Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Melalui Konser Born Pink di Jakarta 2023** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 16 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Grace Mega Kaya

PRAKATA

Segala Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat serta penyertaan-Nya yang selalu nyata dalam kehidupan kita sehari-hari, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Skripsi. Dalam penyusunannya, peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan dukungan, kasih, dan kepercayaan yang begitu besar. Ucapan terima kasih peneliti tujukan kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus**, karena kasih, karunia, hikmat dan berkatnya selalu nyata dalam berbagai situasi/keadaan apapun dalam kehidupan peneliti, sehingga dapat menyelesaikan salah satu tanggung jawab peneliti dalam dunia Pendidikan yang ditempuh.
2. Kedua Orang tua, yang dengan hormat peneliti sebutkan namanya yaitu Bapak **Daniel Bongga** dan Ny. Ibu **ORPA** (Parung), serta Kakak **Fredinan Bongga** dimana selalu mendukung dalam bentuk apapun seta mendoakan dari dulu hingga menempuh proses perkuliahan bahkan berada pada tahap penyelesaian masa perkuliahan S1.
3. Kakak, Adik, Keponakan dan Keluarga Besar peneliti yang tidak dapat disebutkan satu per satu dimana selalu memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun hingga penyelesaian Tugas Skripsi ini. Terkhusus kepada Bapak Tua yang telah pergi kepangkuan Bapa di Sorga, walaupun tidak banyak kisah dan cerita bersama. Namun kasih yang selalu hadir ditengah-tengah keluarga dapat penulis rasakan hingga kini.
4. Ibu Andi Meganingratna, S.IP., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional yang tak henti-hentinya membimbing dan membantu dari awal perkuliahan hingga berada di tahap ini. serta Kak Afika Nur selaku Admin Prodi yang mengurus dan mengingatkan dalam mempelancar proses studi hingga menyelesaikan Tugas Skripsi.
5. Bapak Achmad, S.IP., M.Si. selaku dosen Penasehat Akademik, dimana telah mendukung peneliti dalam bentuk apapun dalam proses perkuliahan.
6. Bapak Dr. Syamsul Asri, S.IP., M.Fil.I. selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan yang luar biasa bahkan semangat kepada peneliti hingga peneliti optimis dalam proses pengerjaan Tugas ini hingga bisa berada dalam tahap ini.

7. My Lovely ASTRO yaitu *uri happy virus* Myung-Jun (MJ), uri Leader yang baik hati **Park Jin Woo (JinJin)**, *uri handsome man* Lee Dong-Min (Cha Eun Woo), uri bulan yang sekarang sudah bersinar di langit Moon-Bin, uri batu yang sekarang bersinar sendiri Lee Minhyuk (Rocky), dan uri baby yang sudah dewasa Yoon Sanha (Sanha). Dimana melalui keberadaan dan karya-karyanya telah menginspirasi serta memberikan suasana hati yang baik kepada peneliti dari sepanjang karirnya. Biarlah kita selalu bersinar seperti bintang.
8. Uri Member Neo Culture Technology, *especially* NCT Dream yaitu uri **Mark**, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, Jisung. Serta Uri member SEVENTEEN yaitu **S.Coups**, Jeonghan, Joshua, Jun, Hoshi, **Wonwoo**, Woozi, DK, Mingyu, The8, Seungkwon, Vernon, Dino, yang mana semuanya menjadi *moodbooster* peneliti, menginspirasi dan penyemangat peneliti lewat karya-karyanya dalam bentuk lagu hingga konten-kontennya yang luar biasa *impact*-nya.
9. Twice, Itzy, Aespa, Red Velvet, New Jeans dan tentunya BLACKPINK yang selalu hadir menemani peneliti lewat lagu-lagunya selama proses hingga selesainya pengerjaan Tugas Skripsi ini.
10. Kepada setiap tokoh inspirasi lokal maupun internasional peneliti yang selalu menginspirasi peneliti dalam hal apapun serta lewat lagu dan karya lainnya yang selalu menemani penulis seperti Taylor Swift, One Direction, Westlife, Jerome Polin, Maudy Ayunda, dsb.
11. Sahabat-sahabat peneliti yaitu Windawin, DepDep, Faifaaaa yang memberikan semangat, bantuan dan dukungan dalam bentuk apapun kepada peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, sehingga peneliti bisa menyelesaikan Tugas Skripsi Ini, walaupun banyak kendala.
12. Teman-teman terdekat peneliti di Sobat Bondolism, Cantik Manis hingga D19tiv, khususnya AnnisaNF, NoviaPS dan tentunya Cimei a.k.a MeiraF yang selalu membantu peneliti dalam proses pengerjaan Tugas Skripsi ini bahkan telah menjadi dosen pembimbing kedua peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikannya.
13. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini yang membantu peneliti dalam bentuk apapun baik secara langsung maupun tidak langsung bahkan dalam bentuk doa.

14. *Last but not least*, terima kasih juga ditujukan kepada peneliti atas nama **Grace Mega Kaya** yang telah berusaha selama ini, bahkan dari awal proses perkuliahan hingga pada tahap menyelesaikan Tugas Skripsi ini, *good job uri lovely sunshine*.

Terlepas dari semuanya itu, peneliti menyadari bahwa pastinya masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar lebih baik kedepannya. Serta harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan serta manfaat terhadap pembaca. Tuhan Memberkati kita semua.

Makassar, 18 Oktober 2023

Peneliti



Grace Mega Kaya

1910521012

ABSTRAK

PENGARUH KEKUATAN *GIRLGROUP* BLACKPINK DALAM DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI KONSER BORN PINK DI JAKARTA 2023

Grace Mega Kaya
Syamsul Asri

Globalisasi menandakan adanya suatu permainan aktor dalam tatanan Hubungan Internasional. Sehingga dalam pelaksanaannya, peran sebuah aktor dapat berubah serta berpartisipasi dalam melakukan kegiatan diplomasi. *BLACKPINK* merupakan salah satu *girlgroup* K-Pop yang sangat populer dengan segudang pencapaian dan prestasi baik lokal maupun internasional. Dalam praktiknya *BLACKPINK* secara tidak langsung telah berperan sebagai aktor non-negara yang memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui karya-karyanya dari musik K-Pop. Hal tersebut mendapatkan respon positif bagi publik, sehingga beberapa belahan dunia mengenal budaya Korea Selatan melalui *BLACKPINK* salah satunya negara Indonesia. Sehingga pada konser keduanya yaitu Born Pink yang diselenggarakan pada 11-12 Maret 2023 di SUGBK Jakarta, terlihat begitu sangat antusias masyarakat Indonesia untuk menonton konser tersebut. Pada penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh aktor non-negara *BLACKPINK* dalam diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia dengan ramainya konser Born Pink di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan konsep dan teori yaitu, Korean Pop, Aktor Non-Negara, serta Diplomasi Budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *BLACKPINK* memberi pengaruh terhadap budaya Korea Selatan di Indonesia melalui karya-karya mereka bawa dari K-Pop. Sehingga masyarakat Indonesia sangat antusias dalam menyaksikan konser keduanya yaitu Born Pink di Jakarta 2023.

Kata Kunci : *BLACKPINK*, Diplomasi Budaya, Korea Selatan, Indonesia, BORN PINK

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE BLACKPINK GIRLGROUP'S POWER IN SOUTH KOREA'S CULTURE DIPLOMACY IN INDONESIA THROUGH THE BORN PINK CONCERT IN JAKARTA 2023

**Grace Mega Kaya
Syamsul Asri**

Globalization signifies the existence of an actor game in the order of International Relations. So that in its implementation, the role of an actor can change and participate in carrying out diplomacy activities. BLACKPINK is one of the most popular K-Pop girlgroups with a myriad of achievements and achievements both locally and internationally. In practice, BLACKPINK has indirectly acted as a non-state actor who introduces South Korean culture through its works of K-Pop music. This has received a positive response from the public, so that several parts of the world recognize South Korean culture through BLACKPINK, one of which is Indonesia. So that at the second concert, Born Pink, which was held on March 11-12, 2023 at SUGBK Jakarta, it was very enthusiastic for the Indonesian people to watch the concert. This study aims to determine the influence of non-state actors BLACKPINK in South Korean cultural diplomacy in Indonesia with the excitement of the Born Pink concert in Jakarta. This research uses Qualitative methods by using concepts and theories, namely, Korean Pop, Non-State Actors, and Cultural Diplomacy. The results of this study show that BLACKPINK influences South Korean culture in Indonesia through the works they bring from K-Pop. So that the Indonesian people are very enthusiastic in watching their second concert, Born Pink in Jakarta 2023.

Keywords: BLACKPINK, Cultural Diplomacy, South Korea, Indonesia, BORN PINK

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Peneliti	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
1.5 Glosarium	14
BAB II TINJUAN PUSTAKA	16
2.1 Korean Pop	16
2.2 Aktor Non-Negara (<i>Non-State Actors</i>)	19
2.3 Diplomasi Budaya	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Kehadiran Peneliti	26
3.3 Lokasi Penelitian	26

3.4 Sumber Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Pengecekan Validitas Data.....	28
3.8 Tahap-tahap Penelitian.....	29
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	31
4.1 BLACKPINK Sebagai Aktor dalam Kesuksesan Musik K-Pop.....	31
4.1.1 Pencapaian BLACKPINK dalam dunia Musik K-Pop	32
4.1.2 Konser BLACKPINK.....	34
4.2 BLACKPINK dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan	36
4.2.1 Musik K-Pop	38
4.2.2 Budaya Korea Selatan dalam Penampilan BLACKPINK.....	50
4.3 BLACKPINK dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Indonesia.....	56
4.3.1 Musik BLACKPINK di Indonesia	57
4.3.2 BLACKPINK “ <i>effect</i> ” di Indonesia	62
4.4 Konser BLACKPINK <i>World Tour</i> Born Pink di Jakarta 2023 (<i>Milestone</i>).....	69
4.4.1 Analisa Peneliti	77
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 BLACKPINK Mengenakan Hanbok Modern di <i>How You Like That</i>	42
Gambar 4.2 BLACKPINK di Knowing Brothers	44
Gambar 4.3 <i>Scene</i> Jisoo dengan Elemen Budaya Korea Selatan pada M/V Pink Venom	45
Gambar 4.4 Teaser Jisoo “Flower”	47
Gambar 4.5 Jepit Rambut Jisoo di Album “Flower”	47
Gambar 4.6 Jisoo BLACKPINK di Teaser Album Solo Miliknya	48
Gambar 4.7 Elemen Budaya Tradisional Dancheong di Panggung Coachella ..	50
Gambar 4.8 Bendera Korea Selatan berkibar di Coachella	50
Gambar 4.9 Unsur Bendera Korea Selatan di Coachella	51
Gambar 4.10 Tari Kipas di Coachella	51
Gambar 4.11 Pakaian Jennie BLACKPINK di Konser Born Pink	53
Gambar 4.12 Kubus <i>Iconic</i> BLACKPINK di Pameran	59
Gambar 4.13 OREO x BLACKPINK	63
Gambar 4.14 Starbucks x BLACKPINK	65
Gambar 4.15 Tas <i>cloud bag</i> milik Jennie BLACKPINK	66
Gambar 4.16 Volume percakapan konser <i>BLACKPINK</i> (atas) dan pencarian Google dari waktu ke waktu (bawah)	68
Gambar 4.17 Sentimen keseluruhan dari perbincangan konser BLACKPINK ...	69
Gambar 4.18 <i>Outfit</i> BLACKPINK di Konser Born Pink	70
Gambar 4.19 Blink Mengenakan Hanbok di Konser Born Pink Jakarta 2023	71
Gambar 4.20 Blink (personal Pink Panda) menggunakan Hanbok dan <i>cover dance</i> milik BLACKPINK di Konser Born Pink Jakarta 2023	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 20 Negara dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak	7
Tabel 1.2 10 Teratas Artis K-Pop yang Paling Banyak Dibicarakan di Twitter.....	8
Tabel 1.3 10 Negara Teratas dengan Jumlah Penayangan di YouTube <i>Group</i> K-Pop BLACKPINK Selama 12 Bulan Terakhir per Agustus 2023 (<i>in millions</i>).....	9
Tabel 4.1 Daftar Konser yang Dilaksanakan oleh BLACKPINK (<i>world tour</i>).....	33

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia tatanan sekarang tidak lepas dari adanya pengaruh arus globalisasi. Menurut Smith dan Baylis dalam bukunya mengatakan, Globalisasi merupakan sebuah proses meningkatnya ketertarikan antar masyarakat seperti peristiwa-peristiwa yang terjadi di satu belahan dunia dimana akan mempengaruhi belahan dunia lainnya juga.¹ Peristiwa-peristiwa yang terjadi juga tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi yang sehingga adanya fenomena-fenomena yang terjadi dalam runtutan waktu dalam penyebaran informasi sehingga terciptanya ruang yang lebih luas secara internasional yang dinamis. Adanya globalisasi ini memberikan dampak juga dalam laju informasi yang begitu cepat karena kemajuan teknologi, hal ini dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemudahan serta makin canggihnya teknologi, hal ini berpengaruh dalam tatanan kehidupan masyarakat yang kini berevolusi menjadi dunia lebih modern. Di Indonesia sendiri telah mengadopsi berbagai hal yang berkaitan dengan kebiasaan-kebiasaan dalam menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan dengan seiring berjalannya waktu. Jadi, baik globalisasi maupun perkembangan teknologi yang berjalan beriringan tersebut, tentunya berdampak nyata dalam setiap aspek kehidupan masyarakat seperti aspek sosial, politik, ekonomi, hingga budaya. Oleh karena itu, tanpa disadari baik aktivitas pertukaran budaya pun dapat dilakukan dalam ranah masyarakat internasional. Jika demikian, ini akan mempengaruhi masuknya nilai atau bahkan prinsip baru ke dalam suatu wilayah yang berdampak pada masyarakatnya.

Di Indonesia sejak dahulu budaya asing telah masuk, diterima bahkan diadopsi karena perkembangan dunia teknologi informasi serta laju globalisasi. Budaya-budaya asing yang ada di Indonesia sendiri yaitu budaya dari barat, jepang, korea, dsb. Perkembangan budaya asing di Indonesia cukup sangat pesat dan mudah diterima masyarakat, karena beriringan dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi yang seakan-akan menghilangkan sekat

¹ Setiadi, Efan. *"Pengaruh Globalisasi Dalam Hubungan Internasional"*. <<https://isip.usni.ac.id/jurnal/JURNAL-1%20EFAN%20FISIP-HI%20OK.pdf>>

atau bahkan batas antara satu negara dengan negara lainnya, dan hingga kini berkembang sehingga banyaknya budaya asing yang masuk di Indonesia. Salah satu budaya yang sangat *hits* bahkan untuk beberapa tahun ini tonggak budaya dari negara “*Ginseng*” ini sangatlah begitu populer di Indonesia bahkan di segala usia. Ini bukan tanpa sebab, tetapi bagian dari dampak laju globalisasi serta kemajuan teknologi yang bahkan hari demi hari adanya perkembangan serta inovasi-inovasi, dimana hampir semua kalangan menggunakan teknologi dalam mengakses informasi dan terkini. Terkait hal tersebut, memudahkan mudahnya masuk budaya luar salah satunya budaya Korea Selatan di Indonesia. Dalam sejarah kebudayaan, Korea Selatan pun mengalami perkembangan, kebudayaan Korea Selatan yang kontemporer berkembang dari Kebudayaan Korea tradisional pada awal suku-suku nomaden. Korea sendiri mempertahankan tradisi Korea kuno yang berusia ribuan tahun dipengaruhi oleh budaya Tiongkok kuno.² Budaya kontemporer Korea Selatan sendiri berkembang dari budaya tradisional Korea yang biasa pada suku nomaden Korea awal. Hingga kini, dengan industrialisasi, urbanisasi dan westernisasi di Korea Selatan, khususnya Seoul, faktor tersebut telah membawa banyak perubahan pada gaya hidup orang Korea Selatan.

Pada tahun 1998, Myung Oak Kim dan Sam Jaffe menyatakan bahwa Korea Selatan pada awalnya merupakan salah satu negara yang menghadapi krisis yang mengerikan. Namun, negeri ini berhasil mengubah krisis menjadi kesempatan melalui kampanye *Hallyu* tersebut yang artinya Gelombang Budaya Korea.³ *Korean Wave* atau biasa disebut dengan *Hallyu* merupakan nama yang awalnya diberikan oleh media China yaitu China Central Television (CCTV) untuk menandakan kepopuleran budaya Korea di China pada tahun 1997. Pada awalnya kepopuleran tersebut diakibatkan oleh penayangan salah satu drama Korea di China yang berjudul “*What Is Love*” yang ternyata mendapat sambutan yang baik dari masyarakat China serta meraih rating yang tinggi dalam sejarah pertelevisian di China pada saat itu.⁴ Kemudian, istilah tersebut merujuk pada kegemaran global akan budaya Korea. Gelombang Korea mendarat di Jepang

² Admin. “Kebudayaan Korea Selatan”.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Kebudayaan_Korea_Selatan>

³ *Ibid.*

⁴ Beatrix E.D. Sendow, Michael Mamentu, F.R.D Rengkung. “KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREA SELATAN DI INDONESIA”.

<<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/download/30494/29372>>

pada tahun 2003 ketika serial drama TV KBS "*Winter Sonata*" ditayangkan melalui NHK. Drama ini menjadi sangat *hits*, hingga Pulau Nami di Chuncheon, dimana tempat syuting drama tersebut menjadi destinasi yang wajib dikunjungi oleh turis Jepang. Begitu halnya dengan drama yang berjudul "*Autumn In My Heart*" serta OST (Original Soundtrack) dari drama tersebut yang menghasilkan peningkatan jumlah audiens, khususnya di China dan Asia Tenggara. Serta melansir dari Kementerian Luar Negeri (MOFA) Korea Selatan, pada awal tahun 1997 juga sebuah program siaran radio Seoul Music Room yang disiarkan dari Beijing pun memperkenalkan genre musik dan dance K-Pop. Pada tahun 2020, film *Parasite* yang dinominasikan dalam enam kategori memenangkan empat penghargaan utama di Academy Awards ke-92, termasuk Sutradara Terbaik dan Film Terbaik, yang menjadi kesempatan untuk memperkenalkan film Korea ke seluruh dunia.

Gelombang Korea atau *Korean Wave*, yang telah membangun landasan yang kokoh melalui budaya populer seperti drama TV, Film dan Musik, telah menembus batas pengaruhnya sejak tahun 2010-an. Karena pesona unik budaya Korea dikenal luas oleh orang-orang di seluruh dunia melalui *platform online* global seperti *YouTube* dan layanan jejaring sosial, kegemaran tersebut telah meluas ke budaya, makanan, sastra, dan bahasa tradisional Korea, menciptakan semakin banyak peminat. Dalam melihat fenomena tersebut, dalam hal ini Korea Selatan yang juga terkena dampak dari globalisasi, melalui media massa berhasil mentransmisikan kebudayaannya melalui kampanye *Korean Wave* atau yang biasa dikenal dengan Gelombang *Hallyu*. Budaya yang berasal dari negeri "*Ginseng*" tersebut sangat terkenal dari berbagai kalangan dan usia, mulai dari anak-anak, remaja, pemuda-pemudi, hingga sampai kalangan orang tua. Fenomena ini berasal dari beragam, yaitu dari K-Pop, K-Drama, kuliner, dll. Fenomena *Hallyu* merupakan salah satu fenomena yang berasal dari Korea Selatan. *Hallyu* yang berarti Korean (*Cultural*) *Wave/Fever* (Arus gelombang budaya Korea) adalah sebuah fenomena dimana terjadi peningkatan popularitas dari kebudayaan Korea Selatan yang digemari oleh orang-orang di Korea Selatan sendiri kemudian berkembang ke dunia internasional. *Hallyu*, mengacu pada 'penyebaran budaya' Korea Selatan di seluruh dunia atau kecintaan terhadap ekspor budaya Korea Selatan sendiri.

Di Indonesia sendiri, istilah Korean Wave atau Hallyu mulai dikenal sejak tahun 2002, dimana setelah penyelenggaraan Piala Dunia di Jepang dan Korea Selatan. Siaran Piala Dunia ditayangkan di televisi nasional Indonesia, yang kemudian membuka pintu bagi serial drama Korea untuk ditayangkan di Indonesia. Serial drama Korea (K-Drama) pertama yang ditayangkan di Indonesia adalah "*Mother's Sea*" di stasiun televisi Trans TV, yang kemudian diikuti dengan disiarkannya "*Endless Love*" serta "*Winter Sonata*" oleh Indosiar pada tahun yang sama. Tidak hanya itu, dalam kisaran waktu yang sama siaran televisi Trans TV juga menayangkan film *Glass Shoes and Lover* dan disusul oleh TV7 yang menayangkan *Beautiful Days*, dan SCTV menayangkan *Invitation* dan *Pop corn* dan masih banyak lagi. Karena itu, sudah lebih dari 50 drama Korea telah ditayangkan di stasiun televisi Indonesia dan terus berlanjut melihat peningkatan. Sejak kemunculan itu, istilah korean wave mulai menyebar karena K-Drama dan musik pop (K-Pop) berhamburan. Pada Tahun 2011, K-Pop mulai masuk di Indonesia melalui program acara televisi yang menayangkan musik mingguan Korea Selatan.

Korean Pop (K-Pop) merupakan produk budaya populer dari Korea Selatan yang sangat terkenal hingga ke mancanegara. Produk ini berupa musik berjenis pop. K-Pop muncul pada sekitar tahun 1960-an bersama Japanese Pop (*J-Pop*), yang lebih dulu dikenal oleh publik Indonesia. Industri musik Korea Selatan menciptakan *boygroup* dan *girlgroup* karena ingin budaya mereka diakui oleh seluruh dunia. K-Pop memiliki dua unsur utama, yaitu fashion dan musik. Musiknya sendiri, walaupun bernama pop, kini terbagi ke dalam berbagai jenis genre, di antaranya hip hop, dance, dan rhythm and blues (R&B) yang dipadukan dengan koreografi dan kostum yang menarik.⁵ Kemunculan *boygroup* dan *girlgroup* adalah bentuk produk Korea, telah banyak menghasilkan aliran musik yang *easy listening* bersamaan dengan gerakan tarian atau *dance* yang energik. Serta salah satu yang menjadi daya tarik yang dalam musik pop atau K-Pop yang dengan mudah digunakan untuk mempengaruhi dan banyak digemari oleh masyarakat, karena dikemas secara *modern* dan *trendy*. Hal ini terbukti sebab adanya kemunculan produk musik yang serupa dengan melibatkan tarian atau

⁵ Admin, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, <<https://etd.umsida.ac.id/id/eprint/1681/4/Bab%20I.pdf>>

dance yang berasal dari Indonesia yaitu SMASH dan Cherrybelle⁶ yang diibaratkan sebagai Super Junior dan Girl Generation-nya Indonesia, dimana dengan kemunculan mereka juga telah membuat munculnya *Group* lain juga seperti XO-IX, 7Icons, dsb. Jika demikian, fenomena Korean Wave tersebut bukti adanya pengaruh Korean Wave di Indonesia. Dalam hal ini, hubungan Korea Selatan-Indonesia sebenarnya telah mulai dijalin pada tahun 1966 dengan akreditasi setingkat Konsulat Jenderal. Kedua negara mempunyai komplementari yang menguntungkan dalam kerjasama bilateral. Korea Selatan-Indonesia berada pada posisi yang saling melengkapi dimana keduanya berpotensi untuk saling mengisi satu sama lain.⁷ Pengaruh budaya Korea Selatan dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik disadari ataupun tidak, ini telah meliputi segala aspek dari musik dan drama hingga *fashion style*, *hairstyle*, bahkan gaya hidup Korea telah diadopsi di Indonesia hingga kini.

Dalam melihat fenomena tersebut, apa yang dilakukan Korea Selatan telah memberikan perspektif bahwa instrumen kebudayaan sangatlah berpengaruh dalam membangun citra serta mempromosikan sebuah negara, bahkan mendongkrak pertumbuhan ekonomi dalam sebuah negara. Isu kebudayaan sendiri sebagai instrumen dalam menjalankan diplomasi yang tengah menjadi fenomena global yang menjadi perhatian bagi berbagai negara dalam upaya memenuhi kebijakan dan sikap negara lain dalam menjalankan suatu kepentingan nasional dengan lebih efisien. Tapi besarnya pengaruh fenomena suatu budaya terutama untuk mengubah pola pikir negara lain tidak hanya tergantung pada aspek material, tapi juga normatif dan ideasional negara tersebut. Meskipun demikian, jika segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri, maka pengaruhnya dalam melancarkan proses berdiplomasi juga semakin kuat.⁸ Peneliti juga ingin melihat bahwa kemajuan K-Pop saat ini bisa terwujud karena dukungan berbagai pihak, seperti peran K-Pop Idols, Fans hingga termasuk Pemerintah Korea Selatan itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat bagaimana peran pemerintah serta pihak-pihak lainnya dalam

⁶ Puspita, Luffiani Gina. "*Sedang Trend! Fenomena Korean Wave atau Hallyu di Indonesia*". <<https://vocasia.id/blog/apa-itu-korean-wave/>>

⁷ Leonardo. "*DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN INDONESIA*". <<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/gps/article/download/1997/1343>> hal 1

⁸ *Ibid.*,

mendukung kemajuan musik K-Pop sehingga dapat menjadi alat diplomasi budaya dalam soft power Korea Selatan yang sebagai bagian dari *Korean Wave*. Pemerintah Korea menetapkan bahwa kontrak eksklusif antara agensi hiburan dan artis hanya dapat bertahan dalam durasi maksimal 7 tahun.

Melihat gelombang budaya Korea Selatan ini, tentu tidak terlepas dari peran K-Pop Idols selain dari para *actors and actresses*, negara maupun aktor lain yang berperan dalam penyebaran *Korean Wave* tersebut. Dimana keberadaan K-Pop Idol maupun aktor lain tersebut, sebagai '*jembatan*' atau '*rantai*' dalam perkembangan budaya Korea Selatan (*Korean Wave*) dalam mengepakkan sayapnya di seluruh dunia yang masih *eksis* hingga kini, bahkan di Indonesia sendiri. Maka dari itu, hal tersebut tidak terlepas pula peran dari K-Pop Idols yang terdahulu yang bahkan hingga kini masih ada dan *eksis*, yang mana sudah beda generasi dengan sekarang, yang tidak kalah dengan generasi-generasi yang baru yang akan terus mengalami perkembangan. Mulai dari generasi ke generasi telah meninggalkan jejaknya masing-masing dengan segudang prestasi serta pengaruh terhadap popularitas keberadaan *Korean Wave*, yang mana dalam K-Pop dikenal dengan '*Generasi K-Pop*' pertama hingga seterusnya, dimana dihitung dari tahun debut para *group idols*. Terhitung mulai dari *Generasi K-Pop Pertama* yaitu H.O.T, Shinhwa, S.E.S, Sechskies, dll. Lalu ke *Generasi K-Pop Kedua* ada Girl Generation, BigBang, dkk. Selanjutnya, *Generasi K-Pop Ketiga* yaitu BTS, *BLACKPINK*, ASTRO, Seventeen, NCT, Twice, dan lain-lain. Terakhir, dimana sejauh ini dengan *Generasi K-Pop Keempat* yaitu Itzy, NewJeans, Aespa, StrayKids, dsb. Selain yang telah disebutkan sebelumnya, mereka semua menjalankan perannya melalui dunia *Korean Pop* yang mereka kerjakan, yaitu dalam musik, tarian (*dance*), *fashion (style)* dsb, dimana semuanya telah membuka gerbang *alternatif* sebagai jalan terbukanya *Korean Wave* di seluruh dunia yaitu dengan *Korean Pop* atau lebih sering disebut K-Pop. Melalui karya-karya mereka tersebut mereka secara langsung maupun tidak langsung menyebarkan budaya Korea Selatan dalam bentuk karya seni sesuai dengan cara dan konsep mereka sendiri yang dikemas lebih menarik.

Pengaruh budaya Korea Selatan dalam kehidupan masyarakat Indonesia disadari atau tidak yang meliputi segala aspek dari musik dan drama hingga *fashion style, hairstyle*, bahkan gaya hidup Korea. Fenomena tersebut terlihat dari banyaknya fanbase yang ada, baik di dunia maya maupun dunia nyata dan

menjamurnya komunitas virtual pecinta Korea di Indonesia. Hal ini merupakan dampak dari pola konsumsi teknologi dan informasi pada sebagian besar remaja Indonesia, sehingga *Hallyu* bisa menyebar dan akhirnya muncul sejumlah organisasi komunitas virtual yang anggotanya berasal dari berbagai kota di Indonesia. Tak hanya itu, fenomena *Hallyu* juga telah menyebabkan peminatnya memburu segala hal yang berkaitan erat dengan Korea, hal ini tampak jelas dari semakin meningkatnya masyarakat Indonesia yang mempelajari bahasa Korea dan budaya Korea. Berdasarkan fenomena tersebut, diterima atau tidak, sebagian masyarakat Indonesia sudah terpengaruh dengan *Hallyu* dan itu mempengaruhi hubungan antara Korea Selatan dan Indonesia. Sehingga dalam melihat antusiasme masyarakat Indonesia terhadap *Hallyu* atau *Korean Wave*, maka tidak heran jika Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan fans K-Pop (*K-Popers*) terbanyak di dunia. Dalam *Good Stats*, Indonesia berada diperingkat pertama.⁹ Bahkan Indonesia juga untuk kedua kalinya juga tercatat sebagai negara yang paling banyak membicarakan seputar K-Pop pada media sosial *Twitter* pada tahun 2021, berarti hal ini sudah terjadi selama 2 tahun berturut-turut.¹⁰

Rank	Negara	Rank	Negara
1.	INDONESIA	11.	PERU
2.	FILIPINA	12.	ARGENTINA
3.	KOREA SELATAN	13.	VIETNAM
4.	THAILAND	14.	TURKI
5.	AMERIKA SERIKAT	15.	CHILI
6.	MEKSIKO	16.	KOLOMBIA
7.	MALAYSIA	17.	SINGAPURA
8.	BRAZIL	18.	PRANCIS
9.	INDIA	19.	EKUADOR
10.	JEPANG	20.	KANADA

Tabel 1.1 20 Negara dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak

(sumber : diolah oleh peneliti dari sumber *Good Stats*)

⁹ Alifah. Nabila Nur, "*Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*", <<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-K-Pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>>

¹⁰ Admin, "*Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-Pop di Twitter 2021*", <https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-K-Pop-di-twitter>

Selain itu, Indonesia juga sebagai negara kedua setelah India dalam data “*Amount of Time Spent Per Month*” untuk Musik K-Pop Korea diseluruh dunia per Desember 2022 (dalam jam) di Statista, yaitu 26.5 jam sedangkan India 30.5 jam. Lalu pada data dari briefly.co.za, bahwa top 20 *group* K-Pop Idols yang paling populer diseluruh dunia adalah *BLACKPINK*, BTS, BigBang, Twice, dan lainnya dimana yang paling mendominasi teratas adalah datang dari generasi ketiga. Hal ini membuktikan kepopuleran K-Pop Generasi Ketiga di seluruh dunia.¹¹ Dilansir dari korea.net bahwa dari banyaknya *group* dari generasi ketiga ini, ada 2 sangat mempengaruhi dalam pertumbuhan budaya Korea Selatan di dunia yaitu BTS dan *BLACKPINK*. Dikatakan bahwa jumlah organisasi terkait Hallyu yang antusias dengan budaya Korea terus meningkat. Setiap tahun, jumlah organisasi ini bertambah 7% dan jumlah anggotanya 36%. Pada tahun 2020, jumlah anggota yang telah bergabung dengan organisasi terkait Hallyu di semua negara di dunia telah mencapai hampir 100 juta. Ini adalah peningkatan lima kali lipat selama lima tahun. Mayoritas dari mereka terdiri dari klub penggemar K-Pop seperti ARMY, klub penggemar resmi global BTS, serta BLINK yaitu klub penggemar resmi *BLACKPINK*. Selain itu, organisasi dan komunitas lain juga aktif di berbagai bidang seperti drama Korea Selatan, kuliner, dan pariwisata.¹² Oleh karena itu, tidak perlu diragukan kepopuleran pada generasi ketiga ini. Melihat, data-data tersebut, salah satu yang berpengaruh bahkan akhir-akhir ini menjadi topik hangat datang dari *girlgroup* yang sangat populer yaitu *BLACKPINK*.

GLOBAL		INDONESIA	
Rank	Group K-Pop	Rank	Group K-Pop
1.	BTS	1.	BTS
2.	NCT	2.	NCT
3.	ENHYPEN	3.	ENHYPEN
4.	EXO	4.	EXO
5.	BLACKPINK	5.	TREASURE
6.	TXT	6.	TXT
7.	TREASURE	7.	SEVENTEEN
8.	SEVENTEEN	8.	STRAY KIDZ

¹¹ Rashid, Salma. Wangare, Jackline. “*Top 20 most popular K-Pop groups in the world - which is the most famous band?*”. <<https://briefly.co.za/110421-top-10-popular-K-Pop-groups-world-famous-band.html>>

¹² Admin, Korea.net, “*Hallyu (Korean Wave)*”. <<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>>

9.	ATEEZ	9.	ATEEZ
10.	STRAY KIDZ	10.	BLACKPINK

Tabel 1.2 10 Teratas Artis K-Pop yang Paling Banyak Dibicarakan di Twitter

(sumber : diolah oleh peneliti dari sumber Data Internal Twitter)

Melihat data tersebut, *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop telah menunjukkan eksistensinya serta pengaruhnya dalam media sosial *twitter*, dimana telah masuk 10 daftar teratas yang paling banyak dibicarakan dan satu-satunya *girlgroup*. Salah satu *group* K-Pop yang menjadi salah satu yang terkenal di Indonesia yaitu *BLACKPINK*. *BLACKPINK* menjadi salah satunya *girlgroup* di 5 teratas yang paling dibicarakan di Twitter (*global*) bahkan di Indonesia masuk kedalam 10 teratas. Jadi, sudah tidak diragukan lagi keberadaan *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* yang populer dan sukses baik *global* maupun di Indonesia sendiri.¹³ *BLACKPINK* dalam kepopulerannya tentu tidak terlepas dari karya-karya yang dinikmati oleh penggemarnya di Indonesia dimana yaitu tidak jauh dari K-Pop atau Korean Pop.

Tabel 1.3 10 Negara Teratas dengan Jumlah Penayangan YouTube Grup K-Pop

Rank	Negara	View in Millions
1.	INDONESIA	636
2.	INDIA	551
3.	THAILAND	493
4.	PHILIPPINES	446
5.	SOUTH KOREA	392
6.	MEXICO	392
7.	VIETNAM	374
8.	U.S	322
9.	BRAZIL	314
10.	TURKEY	306

BLACKPINK Selama 12 Bulan Terakhir per Agustus 2023 (in millions)

(sumber : diolah oleh peneliti dari sumber Statista)

Selain itu, *BLACKPINK* mengalahkan Justin Bieber bahkan BTS dengan jumlah *subscriber* di YouTube yaitu 74,9 juta per 28 Juni 2022 menurut databoks.

¹³ Admin, "Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-Pop di Twitter 2021", <https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter>

Hal tersebut menjadikan *BLACKPINK* sebagai Musisi Dunia yang paling populer di YouTube, menurut laporan Social Blade.¹⁴ Hal tersebut sejalan dengan pencapaian *BLACKPINK* dalam platform YouTube dan lainnya, dimana melalui karya-karyanya dalam bentuk lagu serta M/V menjadi *trending* hingga dinobatkan sebagai artis K-Pop Wanita dengan mencapai tingkat tertinggi di Billboard Hot 100 serta artis K-Pop Wanita pertama dan satu-satunya yang berada di posisi #1 di Chart Emerging Artist Billboard. Bahkan *BLACKPINK* juga memiliki 4 lagu yang berada di tangga lagu Billboard World Digital Song Sales. Tidak hanya sampai disitu, *BLACKPINK* telah berhasil dengan mencapai berbagai penghargaan platform Internasional yaitu BreakTudo Awards dikategori Boom Video of The Year, Collaboration of The Year, International Music Video of the Year dan K-Pop Female Group. Lalu, di iHeartRadio Music Awards yang mana merupakan penghargaan music yang paling bergengsi di Hollywood. Selanjutnya, *BLACKPINK* juga berhasil memenangkan di kategori Song of Summer dengan lagu *How You Like That*. Kemudian, pada MTV Millennial Awards Brazil dengan lagu Sour Candy yang berduet dengan Lady Gaga untuk kategori Internasional Collaboration¹⁵ hingga yang terbaru telah memenangkan Best Metaverse Performance di MTV Video Music Awards (VMA) 2022 dimana penghargaan tersebut merujuk pada proyek kolaborasi *BLACKPINK* dengan game PUBG yang membuat konser *virtual in game* yaitu "*The Virtual*". Jadi dari beberapa pencapaian tersebut, bahwa *BLACKPINK* dalam karyanya dalam hal ini K-Pop, telah mendunia dan dinikmati oleh banyak orang diseluruh dunia, bahkan salah satunya Indonesia.

Karena itu, keberadaan *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* yang eksis hingga kini di Indonesia. Dimana melalui karya-karya secara tidak langsung meng-*influence* Masyarakat Indonesia hingga menjadi sebuah *trend*. Seperti pada tahun 2020, dimana *BLACKPINK* merilis album baru yaitu "*The Album*", yang mana telah mendominasi pasar musik Indonesia mulai dari lagu *How You Like That*, *Crazy Over You* dan lainnya dari data mingguan di Spotify Top 50 Charts Indonesia. Dalam 10 besar lagu di Spotify tersebut hanya 2 artis diluar dari

¹⁴ Annur. Cindy Mutia, "*Blackpink, Musisi dengan Jumlah Subscriber Terbanyak di YouTube*" <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/Blackpink-musisi-dengan-jumlah-subscriber-terbanyak-di-youtube>>

¹⁵ Admin, "*Perjalanan Karir Blackpink menjadi Girl Group Korea Selatan yang Mendunia*", <<https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/perjalanan-karir-Blackpink-menjadi-girl-group-korea-selatan-yang-mendunia/>>

BLACKPINK yaitu BTS dengan lagu “*Dynamite*” (posisi 3) serta Lewis Capaldi dengan lagu “*Before You Go*” (posisi 8), dan selebihnya didominasi oleh *BLACKPINK* dengan lagu “*Lovesick Girl*” (1), “*Ice Cream*” (2), “*Bet You Wanna*” (4), “*How You Like That*” (5), “*Pretty Savage*” (6), “*Love to Hate Me*” (7), “*Crazy Over You*” (9), dan “*You Never Know*” (10).¹⁶ Jika demikian, K-Pop yang dibawakan oleh *BLACKPINK* telah diterima dengan baik oleh seluruh Masyarakat Indonesia dengan musiknya.

Seperti yang telah yang dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam penyebaran budaya Korea Selatan datang dari para *girlgroup* dan *boygroup*. Terkait hal tersebut menjadi sebuah representasi bahwa budaya Korea Selatan (Korean Wave) dimana salah satunya yaitu K-Pop atau Korean Pop dapat menjadi salah satu hal yang diminati walaupun terkendala dari segi bahasa bahkan dalam karya tersebut mengandung unsur budaya Korea Selatan. Namun, dengan hal tersebut tidak menghalangi untuk menikmati karya tersebut. Hal ini, bisa dilihat juga dari antusias Masyarakat Indonesia dalam menyaksikan konser *Blackpink* di Jakarta pada waktu yang lalu. Dimana *BLACKPINK* telah melaksanakan konser *world tour* keduanya di Indonesia. Pada bulan maret yang lalu, tepatnya 11-12 Maret 2023 di SUGBK, *BLACKPINK* telah mengadakan konser *world tour* nya kedua yang bertajuk “Born Pink”. Setelah konser *world tour* pertamanya telah dilaksanakan pada 19-20 Januari 2019 di ICE BSD yaitu *BLACKPINK In Your Area*. Pada konser kedua ini *BLACKPINK* kali ini, sadar atau tidak sadar sudah tentu berbeda dengan konser pertamanya di Indonesia. Dimana secara tempat sudah berbeda, venue juga pun lebih besar, terlebih jumlah penonton. Bahkan jika dibandingkan dengan artis K-Pop lainnya pun, sejauh ini belum ada yang melaksanakan konser di SUGBK, selain *BLACKPINK*. Beberapa yang telah konser di SUGBK ialah Bee Gees (1972), Deep Purple (1975), Mick Jagger (1988), Linkin park (2011), SMTown Live World Tour (Super Junior, SNSD) (2012), Metalica (2013), One Direction (2015), Bon Jovi (2015), Guns N Roses (2018), dan Ed Sheeran (2019)¹⁷, dimana semuanya merupakan musisi dunia.

¹⁶ Sembiring.Ira Gita, “*Lagu-lagu BLACKPINK Dominasi Peringkat Lagu Terpopuler Spotify Indonesia*”, <<https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/15/155922866/lagu-lagu-Blackpink-dominasi-peringkat-lagu-terpopuler-spotify-indonesia>>

¹⁷ Putri. Aulia Mutiara, “*Tak Hanya untuk Bola, GBK Pernah Buat Konser 10 Artis Dunia*”, <<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230306053121-128-419043/tak-hanya-untuk-bola-gbk-pernah-buat-konser-10-artis-dunia>>

Dalam hal ini *BLACKPINK* menjadi *girlgroup* K-Pop pertama yang dapat melaksanakan konsernya tersebut bahkan selama 2 hari berturut-turut di SUGBK. Dalam konser *BLACKPINK* World Tour “Born Pink” tersebut, dimana ini ialah tour keduanya, *BLACKPINK*, telah menunjukkan pesonanya sebagai *girlgroup* dimana bisa setara dengan musisi dunia yang melaksanakan konsernya di SUGBK tersebut. Hal ini tentu tidak jauh dari pengaruh laju penyebaran Korean Wave yang dilakukan oleh *BLACKPINK*, dimana melalui karya-karyanya telah memberikan pengaruh sehingga dalam konser keduanya tersebut menjadi pemecah rekor di Indonesia yang menjadi *girlgroup* pertama yang tampil di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Melihat dari kepopuleritasan *BLACKPINK* terutama di Indonesia, dibandingkan dengan konser K-Pop lainnya yang telah diselenggarakan di Jakarta, Indonesia hingga pertengahan tahun 2023, rata-rata melaksanakan di ICE BSD seperti, NCT Dream, AESPA, Taeyeon, ITZY, TXT, StrayKidz, dan masih banyak lagi dengan masing-masing 2 hari dalam melaksanakan konser. Hal ini membuktikan pengaruh *BLACKPINK* sebagai salah satu *girlgroup* K-Pop yang mengglobal secara khusus Indonesia menjadi negara yang dengan antusias yang tinggi melihat data serta fakta tersebut. Bahkan Seventeen salah satu *group* yang terkenal juga di Indonesia, telah datang 2 kali konser di Jakarta yaitu Konser BeTheSun dimana konser tersebut sebagai konser penutup dari tour nya kali ini yang dilaksanakan pada akhir tahun 2022 yaitu pada tanggal 28 Desember 2022 di Stadion Madya Gelora Bung Karno. Sebelumnya telah dilaksanakan konser pertamanya, sebagai bagian dari konser *world* tour, pada 24-25 September 2022 di ICE BSD Jakarta, Indonesia dengan jumlah penonton yaitu 17.336 penonton. Kemudian, mereka datang kembali sebagai bagian penutup konser BeTheSun (*encore*), yang dilaksanakan di Stadion Madya Gelora Bung Karno, yang mana telah disebutkan sebelumnya oleh salah satu member Seventeen yaitu Hoshi bahwa mereka akan datang lagi dengan *venue* yang lebih besar di Indonesia, dimana jumlah penonton mereka yaitu 25.079 penonton.

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah mengapa *BLACKPINK* menjadi salah satu aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Seperti apa peran ataupun kontribusi dari *BLACKPINK* melalui karyanya yang mereka gunakan dalam

diplomasi budaya Korea Selatan melalui K-Pop. Lalu, Seperti apa dampaknya dari karya-karya *BLACKPINK* tersebut terhadap Indonesia dengan melihat ramainya konser *world tour* keduanya yang bertajuk *BLACKPINK World Tour Born Pink* tersebut. Sehingga kita dapat melihat antusias dari masyarakat Indonesia dalam menyaksikan konser tersebut yang diselenggarakan di Jakarta pada bulan Maret yang lalu, sebagai wujud dari kekuatan *girlgroup BLACKPINK*. Oleh karena itu, peneliti mendapatkan rumusan masalah yang akan dibahas, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kekuatan dari *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia melalui konser Born Pink di Jakarta 2023?

1.3 Tujuan Peneliti

Sesuai dengan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk hendak mengetahui bagaimana peran hingga pengaruh *girlgroup* K-Pop *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia dalam Korean Pop dimana termasuk music hingga merambah dalam dunia *fashion style*, sehingga melalui Konser keduanya di Jakarta 2023 lebih sukses digelar dan antusias penonton yang sangat tinggi, dimana sebagai gambaran kekuatan dari *BLACKPINK*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis maupun akademis, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan, pemahaman, serta pandangan terkait peran hingga pengaruh *girlgroup* K-Pop dalam hal ini *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara dalam membangun citra negara melalui Budaya Korea Selatan yang mereka lakukan pada K-Pop melalui lagu-lagu, *music videos*, hingga *fashion style*. sehingga melalui konser keduanya di Indonesia jauh lebih meriah dan antusias dibandingkan dengan konser sebelumnya.

Adapun kegunaan teoritis dalam konsep dan teori, sebagai berikut :

1. Konsep Korean Pop ini digambarkan bahwa *BLACKPINK* yaitu melalui karya-karya yang merupakan bagian dari produk *Korean Wave* hingga

menampilkan budaya Korea Selatan baik dalam lagu-lagu, *dance*, *fashion style*, serta dalam konsep musik video yang dibuat yang memicu *attention* dari masyarakat sehingga menyukai budaya Korea Selatan termasuk di Indonesia, dimana ketika *BLACKPINK* mengadakan konser keduanya di Jakarta pada tahun 2023 bahkan *non-fans* pun sangat antusias untuk menyaksikan konser tersebut.

2. Dalam penelitian ini juga menggunakan konsep Aktor Non-Negara (*Non-State Actors*) untuk melihat *BLACKPINK* hadir sebagai bagian Individu dalam Aktor Non-Negara yang secara tidak langsung telah menjalankan diplomasi budaya Korea Selatan baik secara global bahkan di negara Indonesia yang sudah melekat dengan fenomena Hallyu atau Korean Wave yang meletakkan para idols, *actors* or *actresses* sebagai pemeran yang berpengaruh dalam membangun citra serta mempromosikan budaya Korea Selatan.
3. Penggunaan Diplomasi Budaya digunakan dalam melihat bahwa dengan membangun citra negara salah satunya dengan menggunakan budaya sebagai sarana dalam melakukan upaya diplomasi, dimana diwujudkan dalam karya-karyanya. Sehingga citra hingga aspek lainnya dapat terpenuhi untuk sebuah negara dapat tercapai dalam hal ini promosi budaya negara Korea Selatan semakin luas dan dikenal salah satunya di Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran bahwa Aktor Non-Negara dalam hal ini *girlgroup* K-Pop dapat memberikan pengaruh terhadap penyebaran nilai-nilai budaya dalam sebuah negara ke negara lainnya melalui K-Pop, sehingga citra hingga aspek lainnya pada sebuah negara dapat tercapai, khususnya di Indonesia. Selain itu, dengan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya, serta menambah wawasan untuk mahasiswa Universitas Fajar, terutama mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional.

1.5 Glosarium

Bias : Anggota favorit dari sebuah *Group* K-Pop atau Idola

Blink : Penggemar atau fans *BLACKPINK*

- Easy Listening* : Musik yang ringan, dimana dapat dengan mudah dinikmati
- Eksemplar : Lembar atau Helai
- Fomo : (*Fear Of Missing Out*) Sebuah perasaan ketakutan ketinggalan sebuah momen atau sesuatu yang *trendy*
- Hits* : Kekinian, Populer, Sedang Marak
- K-Popers* : Penggemar K-Pop (*Korean Pop*)
- Milestone* : Sebuah tolak ukur dalam sebuah pencapaian
- Okupansi : Jumlah unit yang terpakai dalam suatu bangunan yang bergerak di bidang properti baik hotel, ruangan, dll.
- PCD : (*Post Concert Depression*) Kondisi yang dialami penonton konser setelah menyaksikan atau menonton konser idolanya.
- Unique Listener* : Mengacu pada jumlah total pendengar tanpa dihitung ulang jika pendengar tersebut mendengarkan lagu itu lagi.
- Unique Listener adalah salah satu indikator kepopuleran lagu dan grup idol (penyanyi) di Korea Selatan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

2.1 Korean Pop

Pada dunia tatanan sekarang ini, ilmu pengetahuan juga mengalami perkembangan juga. Maka dari itu, sekarang sudah banyak yang menjadi objek untuk sebagai tinjauan dalam penelitian salah satunya fenomena musik K-Pop sebagai seni yang berpengaruh dalam dunia tatanan global saat ini. Ini bukan tanpa alasan, tentu ada faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Saat ini, musik K-Pop diminati hampir setiap kalangan di setiap penjuru dunia, yang membuktikan eksistensi serta pengaruh dari musik K-Pop tersebut yang seolah-olah menjadi trend-centre bagi para musisi dunia, yang secara fakta telah ikut bersaing dengan beberapa unsur musik yang telah ada sebelumnya, dimana yang membuat tidak adanya sekat-sekat yang menghalangi masuknya karya-karya musik K-Pop dimana bisa diakses dari berbagai platform untuk saat ini.

Budaya Korea Selatan yang diperkenalkan dan tentunya memberi dampak bagi pemerintah Korea Selatan yaitu *Korean Pop* (K-Pop). K-Pop sendiri adalah bagian dari *Korean Wave* yang *hits* di peradaban sekarang ini. Korean Pop atau yang lebih dikenal yaitu K-Pop, merupakan jenis musik yang identik dengan sekelompok penyanyi berbentuk *boygroup* ataupun *girlgroup*. K-Pop sendiri menyakut beberapa jenis musik atau apapun yang berhubungan dengan musik.¹⁸ Berdasarkan rujukan jurnal, bahwa menurut Emilie, K-Pop merupakan kepanjangan dari *Korean Pop* atau musik pop korea, dimana jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Di samping itu, generasi muda yang berbakat dimana telah banyak menciptakan lagu hingga sebagai produser yang telah banyak belajar tentang dunia musik global dengan membawa perubahan dan memasukkan unsur negara mereka dalam karyanya. Korean Pop berpusat pada *Group Idola* yang memiliki popularitas lebih besar dibandingkan dengan penyanyi solo.¹⁹ Masih dengan sumber yang sama bahwa menurut Yuanita, K-Pop atau Korean Pop ialah jenis aliran atau tipe musik yang berasal dari Korea Selatan. Korean Pop berciri khas dengan lagu-lagu ceria dan tempo cepat serta lirik

¹⁸ Admin, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, <<http://eprints.umpo.ac.id/5921/2/BAB%20I.pdf>>

¹⁹ Admin, Universitas Muhammadiyah Malang, <https://eprints.umm.ac.id/36874/3/jiptumpp-gdl-onerifcaan-50356-3-babii.pdf>

bahasa Korea dicampur sedikit dengan bahasa Inggris lalu diiringi modern dance. Selain itu, personil Korean Pop adalah orang Korea yang memiliki wajah yang cantik dan tampan, berpenampilan modis serta performa yang maksimal. Hal ini yang membuat banyak membuat anak muda bahkan berbagai belahan negara di Asia, untuk meniru gaya K-Pop.²⁰

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa Korean Pop atau K-Pop adalah adanya berbagai jenis macam musik yang berasal dari Korea Selatan yang memasukkan unsur-unsur budaya Korea Selatan sendiri, dimana berpusat kepada K-Pop Idols yang biasanya menjadi musisi yang sangat diminati karena *visual*, *style* hingga *dance*-nya, selain itu yang mempunyai bakat serta potensi dalam menjalankan sebuah karya dalam dunia hiburan. Hal tersebut yang membuat para remaja tertarik hingga menirukannya. Adapun beberapa K-Pop Idols yang diminati sekarang ini yaitu BTS, *BLACKPINK*, Twice, NCT, ASTRO, Seventeen, New Jeans dan masih banyak lagi. Karena itu, budaya Korea Selatan yang salah satunya ditonjolkan yaitu melalui Korean Pop (K-Pop) dimana bagian dari *Korean Wave*. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa keberadaan K-Pop ini telah berevolusi dari tahun ke tahun mengikuti trend dan perkembangan zaman. Sehingga, K-Pop semakin dinikmati dan diminati bukan hanya para remaja saja namun hampir seluruh lapisan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua.

K-Pop dalam perjalanannya telah berpengaruh untuk industri musik Korea Selatan secara keseluruhan dengan menjadi genre yang paling diminati setelah Trot dan Ballad, sehingga semakin mudah untuk memasarkan K-Pop ke luar negeri. Dalam industri musik Korea Selatan, K-Pop tentu memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu mengubah standar industri musik, yang tadinya berfokus pada Trot dan Ballad, sekarang beralih menjadi K-Pop sebagai genre utama. Lalu pengaruh lain ada warna musik dan lirik lagu, dimana warna musik K-Pop cenderung funk dan upbeat, sehingga menjadi ciri khas musik K-Pop sendiri. Dalam sebuah jurnal Nyarimun pada tahun 2016, dimana penulis menjelaskan bahwa ia melakukan wawancara dengan Duta Besar Korea Selatan untuk Indonesia, Cho Tai-young, pada tanggal 8 Oktober 2016 di acara K-Content Expo Indonesia 2016, Cho mengatakan fenomena K-Pop ini merupakan bagian dari Korean Wave yang terdiri dari berbagai macam produk budaya, di antaranya

²⁰ *ibid*,.

K-Music (K-Pop), K-Drama, K-Food, K-Television, KGame, K-Makeup.²¹ Dari pernyataan beliau, terlihat bahwa musik merupakan salah satu aspek yang ada dalam *Korean Wave*.

Konsep dunia tanpa batas yang digagas dalam teori globalisasi memudahkan untuk berbagai budaya menyebar dengan cepat, begitu pula dengan K-Pop sehingga K-Pop semakin dikenal dan tentunya membawa dampak bagi industri musik Korea Selatan.²² Ketika artis K-Pop menjadi tokoh musik internasional yang berhasil menembus industri musik internasional dan menarik perhatian masyarakat dunia, mereka akan dengan mudah mempromosikan kebudayaan Korea Selatan, diantaranya mempromosikan Bahasa Korea dengan lagu yang mereka nyanyikan. Ketika banyak yang tertarik akan bahasa Korea Selatan maka citra positiflah yang akan didapatkan oleh Pemerintah Korea Selatan. Fashion atau pakaian yang dikenakan oleh para artis K-Pop pun begitu unik sehingga menciptakan trend fashion baru.

Menurut sutradara Bong Joon-Ho dimana dalam pidatonya setelah menyabet penghargaan “Best Picture” untuk Film Parasite di ajang Piala Oscars 2020 yang lalu, ia berandai-andai bahwa seandainya masyarakat barat tidak malas membaca subtitle saat menonton film, ia yakin bahwa mereka lebih mengapresiasi film-film non-bahasa Inggris lainnya. Maksudnya ialah bahasa bisa saja menjadi penghalang serius dalam mengenali produk atau karya budaya dari kelompok masyarakat yang dari segi bahasa berbeda. Lanjutnya ia mengatakan bahwa tentu hal tersebut berlaku bagi Korea Selatan yaitu Musik K-Pop, ia menyebutkan bahwa bisa saja selama ini kita menilai rendah musik K-Pop hanya gara-gara kita tidak mengerti apa yang dinyanyikan oleh, misalnya IU maupun Taeyeon. Jangan-jangan hanya karena bahasanya tidak familiar di telinga, kita enggan memberi apresiasi.

Maka dari itu, popularitas yang dibawakan Idol K-Pop dalam membangun citra Korea Selatan melalui karya-karya mereka pada Musik K-Pop ini, dapat

²¹ S. Alam, A. Nyarimun. (2017). MUSIK K-POP SEBAGAI ALAT DIPLOMASI DALAM SOFT POWER KOREA SELATAN, Vol 3(1). <<https://isip.usni.ac.id/jurnal/5%20Syafri%20Alam%20dan%20Angrasia%20Jenifer%20Nyarimun.pdf>>

²² T. Venna, H. Haqiqi, H. Wijayanti. (2022). Dinamika K-Pop sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan, Vol 6(1). <<https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/7248/4582>>

tertuang dalam Music Video, Lagu-lagu, maupun Fashion yang mereka bawakan baik dalam mempromosikan lagu mereka, hingga dalam pertunjukkan konser. Untuk itu, saat ini para pengambil peran dalam hal ini Idols K-Pop saling bekerja sama serta berkolaborasi dengan penyanyi luar negeri, salah satunya *BLACKPINK* dan Selena Gomez yang merilis lagu dengan judul '*Ice Cream*' hal tersebut terbukti dengan suksesnya lagu mereka. Dan lagu tersebut diikutisertakan *BLACKPINK* dalam Konser keduanya tersebut. Oleh karena itu, *BLACKPINK* sebagai instrumen menjalankan diplomasi budayanya melalui karya-karya yang menampakkan budaya Korea Selatan baik dalam lagu-lagu, fashion, dance serta dalam konsep musik video yang dibuat yang memicu *attention* dari masyarakat sehingga menyukai budaya Korea Selatan termasuk di Indonesia. Dimana hal tersebut merupakan salah satu bagian produk dari Hallyu yaitu Korean Pop.

2.2 Aktor Non-Negara (*Non-State Actors*)

Dalam Hubungan Internasional, salah satu konsep yang kini sering digunakan akibat adanya laju globalisasi yang meningkat, sehingga peran aktor dalam ruang lingkup internasional pun terus ber-reformasi yang akibatnya meliputi sektor yaitu sosial, ekonomi, hingga budaya. Walaupun saat ini dalam entitasnya aktor negara pun tetap mengambil peran di setiap sektor dalam ranah serta dinamika internasional pada era sekarang ini. Namun, tidak dapat dipungkiri juga bahwa semakin cepatnya zaman ke zaman, tentu mengalami yang namanya perkembangan sebuah inovasi. Di dunia sekarang ini, banyak negara yang telah memilih jalan yang 'aman' dalam mencapai setiap kepentingan-kepentingannya. Salah satu bukti nyatanya ialah dengan melibatkan Aktor Non-Negara dalam mencapai *National Interest* yang secara tidak langsung mengubah sifat pemerintah secara global. Adanya aktor yang muncul dalam lajunya akses maupun sarana komunikasi secara global, hal ini yang membuat salah satu faktor munculnya peran dari Aktor Non-Negara bahkan tokoh masyarakat (*public figure*) yang tentu saja mempengaruhi tatanan politik sebuah negara bahkan pembangunan ekonomi dan citra sebuah negara. Maka, munculnya Aktor Non-Negara ini memberi peluang bahwa dalam mencapai sebuah kepentingan sebuah negara tidak terlepas peran individu, kelompok, organisasi maupun tokoh masyarakat, yang tentu hal ini mengubah persepsi terkait dalam menjalankan hubungan kerjasama, membangun citra, hingga

pembangunan ekonomi politik, bukan hanya dilakukan oleh aktor negara yang mana dalam hal ini yaitu pemerintahan dalam sebuah negara.

Definisi dari Aktor Non-Negara (*Non-State Actors*) ialah organisasi dan individu yang meskipun tidak berafiliasi dengan, diarahkan oleh, atau didanai melalui pemerintah berdaulat mana pun, seringkali memiliki pengaruh politik dan kontrol teritorial yang signifikan. Aktor non-negara (*NSA*) biasanya termasuk perusahaan, lembaga keuangan swasta, dan organisasi non-pemerintah (LSM), serta kelompok paramiliter. Pendukung gerakan globalisasi melihat aktor non-negara sebagai kunci untuk membangun jaringan lintas batas, mempromosikan pemahaman bersama, dan bahkan solidaritas internasional. Realis, di sisi lain, melihat NGA sebagai organisasi depan yang menyamarkan kepentingan negara tertentu, atau sebagai revolusioner potensial, yang berusaha merusak solidaritas nasional dan stabilitas sistem negara.

Aktor non-negara mengklaim telah mencapai beberapa keberhasilan dalam membantu mencapai tujuan pembangunan nasional dan internasional, seperti dampak perubahan iklim. Dalam beberapa kasus, tindakan aktor non-negara telah berkontribusi dalam mengisi kesenjangan emisi gas rumah kaca yang ditinggalkan oleh kebijakan iklim pemerintah yang tidak memadai atau dilaksanakan dengan buruk. Perbedaan yang paling jelas antara aktor negara dan aktor non-negara adalah bahwa sementara aktor negara adalah pemerintah yang berkuasa di suatu negara, aktor non-negara adalah organisasi berpengaruh atau individu kaya yang memiliki potensi untuk mempengaruhi tindakan aktor negara, tetapi tidak berhubungan secara langsung dengan negara tertentu.

Dalam dunia yang terus mengalami perkembangan tersebut, dalam menjalankan kepentingan negara serta pemangku peran terus bertambah dan menunjukkan pengaruhnya. Menurut La Porte, dengan melibatkan aktor non negara dalam diplomasi public (bagian dari diplomasi budaya). Hal tersebut dikarenakan aktor non negara mampu memahami keadaan masyarakat karena posisi mereka yang dekat dengan sasaran yaitu publik. Karena itu, keberadaan actor non-negara sebagai salah satu instrument yang ikut mengambil andil dalam suatu fenomena, dimana dalam fenomena tersebut telah menggeser permainan actor dalam lingkup dunia internasional sehingga public lebih mudah untuk mengakses serta ikut berpartisipasi. Fenomena tersebut ialah maraknya Korean

Pop yang memicu *attention public* karena cara atau sasaran mereka lebih dekat dengan public yaitu melalui karya-karyanya mereka yaitu *music* hingga *fashion*. Dimana dalam fenomena tersebut, pemangku perannya ialah K-Pop Idols. Keberadaan K-Pop Idols (individual atau *group*), telah menerima banyak perhatian karena produk yang mereka bawaan sangat konsumtif karena dikemas secara baik dan oleh karena dapat lebih mudah diterima oleh Masyarakat atau public.

Secara garis besar, tujuan dari para aktor internasional ini adalah pengakuan akan hak dan kebebasan berperan secara internasional yang dapat menimbulkan ketatan universal dan penghormatan sehingga memberikan keuntungan saat proses pencapaian kepentingannya masing-masing. Aktor internasional tidak harus berasal dari pihak negara atau berafiliasi dengan pemerintah suatu negara, namun tidak semua pihak yang melakukan aktivitas lintas negara disebut sebagai aktor internasional itu sendiri. Aktor internasional harus memiliki kekuatan dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi yang dapat mempengaruhi kebijakan suatu negara pada level nasional hingga internasional, walaupun seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa aktor tersebut tidak harus berafiliasi atau mewakili suatu negara. Aktor-aktor dengan kemampuan yang mumpuni sebagian besar memanfaatkan opini publik melalui pemanfaatan media sosial untuk memperluas pengaruh politik, ekonomi, budaya, intelektual, dan peristiwa kemanusiaan untuk melangkahi batasan, kendala-kendala, aturan, dan konvensi yang ada. Aktor ini biasanya digolongkan sebagai individu dengan kekuatan yang besar (*the super empowered individual*) dalam hubungan internasional seperti para industrialis, media besar, tokoh agama, pemodal asing, olahragawan, hingga aktivis selebriti.

Maka, dengan adanya globalisasi yang telah menggesar permainan actor sehingga didunia sekarang ini dimana ilmu pengetahuan pun mengalami perkembangan. Sehingga actor non negara pun tidak hanya pada sesuatu yang mempunyai aliansi dsb. Namun, yang mempunyai pengaruh atau kekuatan dengan skala yang luas serta menjangkau belahan dunia. Hal ini, yang dilakukan oleh para K-Pop Idols, dalam hal ini *BLACKPINK*, yang dengan kepopulerannya serta kesuksesannya dalam industry music telah memberikan dampak yang besar dalam menyebarkan karya-karyanya ke seluruh dunia bahkan keuntungan bagi negara Korea Selatan. Maka salah satu dampaknya ialah dalam

membangun citra dapat melalui budaya dengan melibatkan aktor non-negara sebagai instrumen diplomasi budaya. Oleh karena itu, *BLACKPINK* hadir sebagai aktor non-negara dalam menjalankan diplomasi budaya Korea Selatan baik secara internasional termasuk di negara Indonesia yang sudah melekat dengan unsur budaya luar maupun *Korean Wave* (Hallyu). Maka dari itu, dalam penelitian ini berusaha melihat dari kontribusi apa *BLACKPINK* sebagai NSA dalam menjalankan Diplomasi Budaya Korea Selatan dalam karya-karyanya, sehingga melihat seberapa pentingnya peran dari Aktor Non-Negara.

2.3 Diplomasi Budaya

Dalam mencapai tujuan untuk mengenalkan budaya, negara bisa menggunakan diplomasi budaya. Melihat '*budaya*' sendiri memiliki suatu hal yang dapat membuat seseorang ataupun kelompok serta komunitas tertarik dikarenakan perbedaan dan ciri khas yang dimilikinya, yang dengan hal ini dapat dengan mudah menarik minat seseorang ketika melihat budaya itu sendiri. Hal ini jelas bisa dijadikan diplomasi budaya karena dapat membuka peluang terjalannya dan terpeliharanya kerjasama di berbagai bidang misalnya, ekonomi, politik, maupun pertahanan keamanan. Diplomasi budaya menurut Milton Cummings adalah:

“Sebagai sebuah pertukaran ide, informasi, seni, serta aspek kebudayaan lainnya dengan tujuan untuk menjaga sikap saling pengertian antara satu negara dengan negara lain maupun antar masyarakatnya.”

Diplomasi kebudayaan dilakukan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi (dalam membangun citra) bangsa lain lewat kebudayaan.²³ Budaya atau kebudayaan dalam pengertian umum adalah segala hasil dari upaya budidaya manusia terhadap lingkungan. Oleh karena itu, diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai berikut:

“Usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian ataupun secara makro sesuai ciri-ciri khas

²³ Naila Amalia, April 2020, “*Apa yang dimaksud dengan Diplomasi Budaya*”, diakses dari <<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-diplomasi-budaya/126087/2>>

yang utama, misalnya propaganda, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer.”²⁴

Kebudayaan dalam arti makro tidak hanya berarti suatu kesenian atau adat istiadat yang ada di suatu negara, tapi juga menggambarkan kehidupan dari suatu bangsa dan negara. Bagaimana perilaku dan kebiasaan hidup suatu bangsa merupakan kebudayaan yang bisa dinilai dan dilihat oleh bangsa dan negara lainnya. Saat ini, kebudayaan bisa menjadi jembatan untuk negara-negara dalam menjalin dan mempererat hubungan antar negara dalam konteks hubungan internasional agar menjadi lebih baik.²⁵ Banyak anggapan yang beredar bahwa diplomasi kebudayaan merupakan cara yang efektif untuk mencapai tujuan suatu negara karena pelaksanaannya dapat berlangsung dalam situasi apapun, baik dalam keadaan damai, krisis, konflik dan perang. Tujuan utama dilakukannya diplomasi kebudayaan adalah untuk mempengaruhi pendapat umum sebagai pendukung kebijakan politik luar negeri suatu negara. Bentuk interaksi antara masyarakat suatu negara dengan masyarakat negara lain adalah pola umum yang biasa terjadi. Pendapat umum masyarakat nasional dan internasional adalah sasaran utama dari diplomasi kebudayaan dengan harapan pendapat umum yang dihasilkan dari diplomasi kebudayaan itu bisa mempengaruhi proses pengambil keputusan ataupun organisasi internasional.²⁶

Menurut Cynthia Schneider, dua karakteristik terpenting dari setiap program diplomasi budaya adalah diplomasi tersebut harus menggambarkan dan menjelaskan beberapa aspek dari nilai-nilai (*values*) yang cocok dan dapat diterima dengan baik oleh penonton yang menerimanya (*audiens*). Selanjutnya ialah Lingkungan (*environment*) juga merupakan sesuatu yang mutlak harus dipahami demi efektifnya sebuah diplomasi, karena dapat berbeda-beda di negara-negara seluruh dunia.²⁷ Dalam praktik diplomasi budaya, diplomasi budaya memiliki tujuan utama yaitu untuk mempengaruhi pendapat umum atau masyarakat internasional guna mendukung suatu kebijaksanaan politik luar

²⁴ Lubis, M. Rizki Dailami. “Diplomasi Budaya Indonesia Dalam Kejuaraan Sepeda Internasional (Tour De Ijen) Di Banyuwangi”, Februari 2017

²⁵ M. Rizki Dailami Lubis, “DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM KEJUARAAN SEPEDA INTERNASIONAL (TOUR DE IJEN) DI BANYUWANGI”, <<https://media.neliti.com/media/publications/117403-ID-diplomasi-budaya-indonesia-dalam-kejuara.pdf>>, page 1.

²⁶ *ibid.*,

²⁷ Alis Karain, Juli 2020, “Apa yang dimaksud dengan Diplomasi Budaya”, diakses dari <<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-diplomasi-budaya/126087/4>>

negeri tertentu. Pendapat umum tersebut dapat mempengaruhi kebijakan suatu negara karena mengubah pandangan masyarakat terhadap citra negara lain, biasanya hal ini terjadi dalam hubungan diplomasi budaya.²⁸

Pendekatan nilai dalam diplomasi budaya merupakan bagian dari pencapaian kepentingan nasional (*national interest*) dalam dimensi hubungan internasional, khususnya terkait politik dan budaya secara global. Praktik-praktik sosial yang terjadi di sekitar kita tanpa disadari memiliki nilai atau makna yang dapat ditemukan dalam budaya material maupun non-material. Pendekatan penonton dalam diplomasi budaya erat kaitannya dengan diplomasi publik yang berorientasi pada warga negara daripada pemerintah dan sektor formal negara lain. Pendekatan lingkungan yang dimaksud merupakan dampak daya sebar dalam budaya yang disebarkan. Pada dasarnya, diplomasi budaya berkaitan dengan manajemen lingkungan internasional dan aktor-aktor sosial yang berpengaruh terhadap arus politik global.

Maka dari itu, diplomasi budaya merupakan sebuah bentuk diplomasi dari bagian diplomasi public, dimana digunakan sebagai *soft power* dalam menyebarkan nilai-nilai atau bahkan dapat digunakan sebagai strategi dalam mencapai sebuah kepentingan dalam sebuah negara. Dalam hal ini, negara Korea Selatan menjalankan diplomasi budayanya melalui Korean Wave sebagai bentuk produk kebudayaan Korea Selatan yang dikemas lebih menarik sehingga keberadaan atau nilai/budaya Korea Selatan dapat diketahui oleh seluruh masyarakat di belahan dunia. Dalam hal ini, diplomasi kebudayaan kini menjadi suatu instrumen yang efektif dalam mencapai sebuah kepentingan negara dan bangsa, sehingga dapat mudah untuk memahami, dalam mendapat informasi serta membangun citra yang baik sehingga dapat dipengaruhi untuk kepentingan-kepentingan dalam berbagai hal. Kepentingan-Keentingan tersebut biasanya berupa, pertumbuhan dibidang ekonomi, meningkatnya jumlah sektor pariwisata, pendidikan bahkan pergantian *image* negara di mata dunia yang dapat tercapai dengan melalui diplomasi budaya dimana pendekatannya dalam *soft power*. Dengan dilakukannya diplomasi kebudayaan ini dapat meningkatkan apresiasi dan pemahaman untuk peningkatan citra positif, membangun saling pengertian dan memperbaiki citra

²⁸ Naila Amalia, April 2020, "Apa yang dimaksud dengan Diplomasi Budaya", diakses dari <<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-diplomasi-budaya/126087/2>>

bangsa. Kemudian, keberadaan *BLACKPINK* sebagai pemangku peran dalam menyebarkan budaya Korea Selatan melalui karya-karyanya dimana bagian dari produk K-Pop yaitu music hingga fashion sehingga pada konser keduanya Born Pink yang diselenggarakan salah satunya di Jakarta telah mengundang antusias masyarakat Indonesia dalam menyaksikan konser tersebut. Dimana dengan hal tersebut secara tidak langsung budaya konsumsi nilai-nilai budaya Korea Selatan di Indonesia melalui *BLACKPINK* dirasakan oleh masyarakat Indonesia dari music hingga fashion yang mereka bawakan, sehingga hal tersebut diwujudkan pada konser keduanya yang dilaksanakan di Jakarta, Indonesia. Peranan *BLACKPINK* sebagai aktor non-negara dalam menjalankan diplomasi budaya telah memperlihatkan sebuah fenomena dalam peran dari kelompok *group* K-Pop Idols sebagai pembuka jalan bagi Korea Selatan untuk menyebarkan budaya dari Korea lebih luas yang dibawakan oleh *BLACKPINK* dalam karirnya sebagai *girlgroup* top dunia. Dimana secara sadar atau tidak sadar telah mempengaruhi keseharian kita, khususnya masyarakat Indonesia dalam aspek budaya material maupun non-material.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell, pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Serta menurut Jane Richie menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya baik dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan manusia yang diteliti.²⁹ Pengertian Metode kualitatif adalah sebuah metode riset yang sifatnya memberikan penjelasan dengan menggunakan analisis. Dalam menggunakan metode penelitian ini, peneliti akan lebih banyak *search* dan mengamati beberapa literatur dari berbagai sumber. Pada pelaksanaannya, metode ini lebih bersifat objektif, dimana proses penelitian lebih diperlihatkan dan cenderung lebih fokus pada landasan teori.

3.2 Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, tentunya kehadiran peneliti sangatlah penting, karena sebagai instrumen maupun dalam proses pengumpulan data-data. Karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka dari itu sudah suatu hal yang mutlak adanya kehadiran peneliti yang berperan dalam menganalisis data, mengamati, dll. Kehadiran peneliti ini tentunya sebagai informan karena peneliti juga seorang penggemar K-Pop (K-Popers). Oleh karena itu, kehadirannya sangat diharapkan dalam melihat fenomena ini.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian oleh peneliti tidak menetap karena kebanyakan mengambil dari perpustakaan, *internet* serta sumber lainnya. Maka dari itu, lokasi penelitian dilakukan di Makassar saja. Adapun untuk mendukung data serta mencari informasi yang lebih banyak terkait subjek yang akan dibahas, maka dari itu diadakan sesi bincang-bincang ke beberapa penggemar K-Pop, khususnya

²⁹ Etikasari. Yulia, 2018, "*KONTROL DIRI REMAJA PENGGEMAR K-POP (K-POPERS) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta)*", diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/61948/1/YULIA%20ETIKASARI_13104241053.pdf>

dalam hal ini yaitu *Blink*. Dimana akan dilakukan secara online maupun offline, tergantung situasi dan kondisi, jikalau online dari *Social Media* dan jikalau offline akan bertemu di suatu tempat untuk bertemu dan berkomunikasi untuk mendapatkan informasi, hal itu dilakukan karena terbatasnya ruang dan waktu.

3.4 Sumber Data

Sumber-sumber data untuk mendapatkan informasi-informasi berupa data dan fakta yaitu berasal dari buku-buku hingga penelitian-penelitian sebelumnya yang dalam hal ini tentu berkaitan dengan Diplomasi Budaya Korea Selatan, Korean Wave, serta yang lainnya. Selain itu, tinjauan-tinjauan dari berbagai macam literatur seperti, jurnal (nasional maupun internasional), artikel-artikel yang berkaitan dengan topik, koran atau media online untuk menambah fakta dan data yang akan dimasukkan didalam penelitian, terkait mengenai *Diplomasi Budaya, Aktor Non-Negara, serta K-Pop hingga Konser K-Pop*. Selain itu, dengan mengambil data-data maupun fakta-fakta yang berasal dari para K-Popers terkhususnya *Blink*, yang akan menemukan lebih banyak informasi-informasi yang *relate* dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini ialah dengan menggunakan metode berbasis buku, dokumen-dokumen dan metode berbasis internet. Dalam metode berbasis buku yaitu melalui studi perpustakaan pada beberapa buku-buku dengan berbasis *Korean Culture* yang ada di perpustakaan serta melihat penelitian-penelitian terdahulu. Sebagai dokumen-dokumen pendukung, ini bisa saja berasal dari platform online maupun offline dalam bentuk apapun yang dapat mendukung penelitian ini. Metode berbasis internet merupakan sebuah metode yang dapat mengoptimalkan dalam mengumpulkan data-data serta fakta-fakta lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Dalam menggunakan metode ini, dapat mencari beberapa informasi baik yang ada dalam sebuah jurnal (nasional maupun internasional), artikel, koran online, media-media yang membahas seputar dunia "K-Pop" atau "Korean Culture" dan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia, bahkan penelitian-penelitian terdahulu lainnya sebagai acuan dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada Analisis Data, ini dimulai dengan menelaah data-data serta fakta-fakta yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu dari buku-buku, penelitian-penelitian terdahulu (online/offline/perpustakaan), jurnal (nasional maupun internasional), dokumen-dokumen, dll. Serta melakukan wawancara ke beberapa penggemar Korea (*K-Popers*) untuk mengetahui sudut pandang dari *K-Popers* mengenai Pengaruh dari *BLACKPINK* di Korea Selatan maupun di beberapa negara, salah satunya Indonesia. Selain itu, dalam penelitian ini dilakukan teknik analisa konten untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti media online, *platform* media sosial, bahkan semua bahan-bahan dokumentasi yang berhubungan dengan yang diteliti. Analisis ini dipakai untuk menggambarkan karakteristik isi dari suatu pesan pada situasi yang berbeda dalam berupa konteks berbeda baik sosial maupun politik, dimana isi dari suatu 'konten' tersebut dapat dimaknai dan dipahami. Oleh karena itu ketika sudah ditemukan data-data serta fakta-faktanya tentu akan dikorelasikan antara satu dengan yang lain untuk melihat pengaruh kekuatan *girlgroup* K-Pop yaitu *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia. Tentu hal ini dilakukan secara sistematis dan faktual melalui telaah pustaka hingga analisa konten untuk mencari jawaban dari permasalahan yang diteliti tersebut.

3.7 Pengecekan Validitas Data

Dalam memperoleh keabsahan penelitian, maka diperlukan kredibilitas dari beberapa Teknik perpanjangan kehadiran peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi, karena berdasarkan pemaparan sebelumnya dimana akan berlandaskan teori-teori untuk mencapai hasil penelitian yang diinginkan. Norman K. Denkin mendefinisikan bahwa triangulasi sebuah gabungan atau kombinasi dari berbagai metode yang akan digunakan dalam mengkaji fenomena dimana saling terkait dari sudut pandang maupun perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi ada empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar-peneliti, (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori.

1. Triangulasi metode, dimana dilakukan dengan cara melakukan perbandingan atas informasi atau data dengan cara berbeda.

Dikarenakan dalam penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Maka dari itu, untuk memperoleh kebenaran dari informasi tentu dilakukan menggunakan metode lain, sehingga tidak adanya kemiripan dalam melakukan pengecekan mengenai kebenaran informasi data maupun fakta-fakta yang diperoleh.

2. Triangulasi antar-peneliti, hal ini dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Namun, hal yang penting disini ialah, bahwa orang yang kita ajak dalam menggali data sebaiknya yang telah memiliki pengalaman penelitian sebelumnya agar tidak menjadi bias maupun merugikan peneliti.
3. Triangulasi sumber data, merupakan hal selanjutnya dimana untuk menggali kebenaran informasi tertentu sebaiknya melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Tentu masing-masing cara, pastinya akan menghasilkan suatu bukti bahkan data yang berbeda, sehingga dari pandangan-pandangan itulah yang akan melahirkan sebuah keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran.
4. Triangulasi teori. Dalam hal ini, informasi tersebut yang telah diperoleh selanjutnya akan dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari *bias* individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

3.8 Tahap-tahap Penelitian

Kegiatan penelitian adalah proses dalam mendapatkan pengetahuan serta pemecahan sebuah masalah dimana dilakukan secara ilmiah, sistematis dan logis. Berikut adalah tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan peneliti serta penjelasannya :

BAB I

Pada bab ini, dimuat sebuah fenomena dan masalah yang akan dibahas secara garis besar dalam berupa gambaran umum yang singkat, padat serta menjabarkan beberapa fakta sesuai dengan topik bahasan. Maka dari itu, judul yang diangkat oleh peneliti yaitu *Pengaruh Kekuatan Girlgroup BLACKPINK Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan Di Indonesia Melalui Konser Born Pink Di Jakarta 2023*. Dalam bab ini, terdiri dari lima bagian, yaitu latar belakang,

fokus penelitian dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta glosarium. Dimana pada bagian glosarium merupakan sebuah penjabaran atau penjelasan singkat dari istilah-istilah atau kata yang kurang *lazim* atau bahkan tidak pernah didengar, dimana untuk membantu pembaca agar memahami maksud dan artinya.

BAB II

Dalam bab ini berisi landasan teori serta konsep yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis rumusan masalah penelitian yang ada pada BAB I. Dimana konsep yang dipakai ialah konsep Aktor Non-Negara serta Korean Pop dengan pendekatan teori Diplomasi Budaya dimana bagian dari Diplomasi Publik, dimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Serta dalam BAB I ini dapat membantu peneliti dalam mengkaji dari penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB III

Pada bab ini, memuat langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi maupun data-data yang dapat menunjang peneliti dalam melakukan analisis terhadap masalah yang diangkat. Selain itu, berisi gambaran rancangan penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV

Dalam bab ini, berisi hasil dari penelitian dan pembahasan. Pemaparan dalam bab ini bertujuan untuk memberikan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan dan, yang telah dijabarkan pada BAB I.

BAB V

Pada bab ini, dimuat kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan menjelaskan ringkasan pembahasan dari masalah yang menjadi rumusan masalah. Dan saran, berisi saran ataupun informasi positif dari peneliti terkait dengan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 BLACKPINK Sebagai Aktor dalam Kesuksesan Musik K-Pop

K-Pop merupakan sarana hingga alat untuk Korea Selatan dalam menjalankan roda diplomasi melalui budaya yang mereka miliki yang dikemas lebih *unique* untuk meng-*gaid* masyarakat internasional. Pemerintah Korea Selatan pun mendukung keberadaan K-Pop dimana sebagai salah satu jalan dalam mewujudkan kepentingan negara yaitu memperkenalkan Korea Selatan serta merubah citra negara. Untuk itu, menggunakan K-Pop tanpa disadari para *girlgroup* dan *boygroup* telah bertindak serta berperan dalam mewujudkan kepentingan negara Korea Selatan tersebut dan berkontribusi nyata melalui pekerjaan mereka sebagai seorang artis yang disukai oleh masyarakat lokal maupun internasional.

Perkembangan K-Pop ini tentu sangat dirasakan juga oleh para musisi dimana keberadaan *Group* K-Pop *Idols* lebih diminati seperti yang telah dijelaskan diatas. Sehingga dengan adanya pemahaman tersebut, saat ini para agensi pun semakin berlomba-lomba untuk mengeluarkan beberapa *Group* K-Pop *Idols*. Keberadaan *Group* K-Pop atau K-Pop *Idols* merupakan suatu jalan dalam memperkenalkan budaya yang dimiliki negara Korea Selatan dalam mempromosikan hingga menyebarkan budaya lokalnya untuk menunjang kepentingan-kepentingan pemerintah/negara agar dapat tercapai. Salah satu *Group* K-Pop yang sangat *hits* yaitu *BLACKPINK*.

BLACKPINK dalam kesuksesannya telah mendapat *attention* yang besar dari masyarakat, maka tidak heran kepopulerannya telah menghantarkan banyaknya penerimaan terhadap karya-karya yang *original* berasal dari Korea Selatan, dimana dalam karya-karyanya tersebut tidak hanya dinikmati oleh masyarakat lokal tetapi masyarakat internasional pun. Hal ini dibuktikan begitu banyaknya torehan prestasi serta penghargaan yang diraih oleh *BLACKPINK* sepanjang karirnya yang hingga kini masih *eksis* dan disukai banyak orang. Tidak hanya itu, torehan prestasi *BLACKPINK* pun tidak hanya di lokal namun *BLACKPINK* pun berhasil membuktikan keberadaannya dengan banyaknya penghargaan internasional yang mereka raih hingga memecahkan rekor mulai mereka *debut* hingga saat ini.

4.1.1 Pencapaian BLACKPINK dalam dunia Musik K-Pop

BLACKPINK (Hangeul : 블랙핑크) adalah *girlgroup* yang berasal dari Korea Selatan yang berasal dari naungan agensi YG Entertainment, dimana jumlah anggota dalam *group*nya adalah 4 orang, yaitu Kim Ji-soo (*vocalist dan visual*), Jennie Kim (*main rapper dan vocalist*), Rosé (*main vocalist*), and Lalisa Manoban (*rapper dan main dancer*). Mereka debut pada tanggal 8 Agustus 2016, nama Jennie diumumkan sebagai member pertama dan Rosé sebagai member yang paling terakhir untuk diperkenalkan dalam *group BLACKPINK*. Nama *group* dipilih untuk mewakili citra mereka yang ‘garang dan pantang menyerah’, dengan “(Black) hitam” melambangkan citra kuat dan “(Pink) merah muda” yang mewakili sisi feminin mereka, dalam hal ini member *BLACKPINK* yang termasuk dalam kategori ‘Black’ ialah Jennie dan Lisa, serta yang masuk dalam kategori ‘Pink’ ialah Rosé dan Jisoo. *BLACKPINK* menjadi *girlgroup* pertama dibawah naungan YG Entertainment yang *debut* dalam 6 tahun setelah 2NE1 *debut* pada tahun 2009.

BLACKPINK sebagai aktor non negara dalam mempromosikan budaya Korea Selatan lewat lagu-lagunya telah memberikan gambaran bahwa keberadaan K-Pop Idols sangatlah berpengaruh secara tidak langsung dalam penyebaran budaya Korea Selatan. Melalui kepopuleran *BLACKPINK* telah mengindikasikan bahwa dalam dunia tatanan sekarang permainan aktor telah memberikan dampak yang nyata bahkan berpengaruh bagi sebuah negara. Keberadaan *BLACKPINK* sebagai salah satu aktor dalam kesuksesan Musik K-Pop dengan segudang prestasi yang mereka dapat dari karya-karyanya yaitu lagu-lagunya, memberikan bukti bahwa musik K-Pop kini boleh dikenal hingga penjuru dunia akibat kekuatan dan pengaruh *BLACKPINK* sebagai *kontributor* dalam perkembangan musik K-Pop Korea Selatan. Adapun penghargaan yang telah diraih *BLACKPINK* dalam *awards* lokal maupun internasional hingga tahun 2023. **(terdapat dalam lampiran)**

Hal tersebut membuktikan kekuatan *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop yang sangat populer yang melalui karya-karya *BLACKPINK* tersebut, sangatlah dinikmati dan cintai sehingga pencapaian-pencapaian tersebut bisa diraih dengan dukungan para penggemar. Karenanya, hal tersebut membuktikan juga bahwa musik K-Pop disukai bukan hanya penduduk atau masyarakat lokal Korea

Selatan saja, namun masyarakat internasional karena selain penghargaan yang diraih *BLACKPINK* bukan hanya di dalam lokal namun secara Internasional. Melihat begitu banyaknya pencapain dari *BLACKPINK* pada *single* tersebut, tercermin bahwa *BLACKPINK* telah kontribusi banyak terhadap Musik K-Pop dan jika demikian ini menunjukkan kekuatan *girlgroup* K-Pop yaitu *BLACKPINK*.

Oleh karena itu, sejak awal debut *BLACKPINK* telah melakukan berbagai kegiatan serta perilisan karya-karya mereka sebagai *group* K-Pop hingga melebarkan sayapnya pada industri musik di Amerika. *BLACKPINK* juga melalui *single* hingga *album* telah menampilkan selera musik yang khas dalam mendeskripsikan *group* nya konsep *girlgroup* yang mereka bawa ialah *badass* di tengah maraknya citra *girlgroup* yang lebih feminim pada waktu jaman mereka *debut*. Hal tersebut juga membawa *BLACKPINK* makin dicintai melalui karya-karyanya dimana telah banyak menorehkan prestasi di sepanjang karirnya yang telah dipaparkan diatas. Melihat dari seluruh capaian-capaian *BLACKPINK* atas seluruh usaha dan karyanya, ini menandakan bahwa dalam sebuah karya-karya dapat menjadi sebuah acuan, dimana secara tidak langsung *BLACKPINK* dengan kepopulerannya telah menghantarkan Musik K-Pop yang merupakan bagian dari Korean Wave, untuk berperan dalam *soft power* Korea Selatan dalam meningkatkan citra kepada seluruh masyarakat *internasional*.

Dalam musik K-Pop yang telah mengalami sukses besar salah satunya dari karya-karya yang dibawakan oleh *BLACKPINK* bahkan tembus dalam pasar *internasional* tentu akan berdampak baik bagi Korea Selatan. Dimana melalui keberadaan musik K-Pop tersebut berdampak baik yang membuat banyaknya masyarakat yang datang berkunjung ke Korea Selatan akibat tertariknya dengan musik K-Pop. Selain itu, begitu banyak penggemar K-Pop yang mempelajari bahasa hingga mencari tahu terkait Korea Selatan melalui idolanya dari internet, dimana dengan hal tersebut menambah citra Korea Selatan. Hal tersebut, keberadaan *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* telah memberi warna baru pada musik K-Pop, dimana *BLACKPINK* sendiri telah berkarir selama 7 tahun dengan segudang *achievement* maka tidak heran jika *BLACKPINK* dinobatkan sebagai *girlgroup* top dunia. **(foto terlampir)**

4.1.2 Konser BLACKPINK

Dalam perjalanan karir sebagai musisi, tentu suatu hal yang kurang jikalau sepanjang karir tidak melaksanakan sebuah konser. Dimana konser merupakan suatu tempat menunjukkan karya-karya seorang musisi secara langsung di depan para penggemar. Hal tersebut berlaku untuk *BLACKPINK*, dimana *BLACKPINK* sendiri telah mengeluarkan *single* hingga dalam bentuk Album untuk beberapa lagu yang dirilis, bahkan di belahan dunia. Maka dari itu, selanjutnya akan dibahas, sebagai berikut :

Tabel 4.1 Daftar Konser yang Dilaksanakan oleh BLACKPINK (*world tour*)

No	KONSER <i>BLACKPINK</i> (<i>World Tour</i>)	Year	Sho w	City	Atten- dance	Ave- range Price	Gross
1	BLACKPINK IN YOUR AREA : WORLD TOUR	2019 - 2020	36	26	472.183	\$120. 20	\$56.756. 285 ³⁰
2	THE SHOW (VIRTUAL)	2021	1 (<i>day</i>)	-	280.000 (<i>YouTube</i> <i>viewers</i>)	\$29.9 - \$39.9	\$8.9 million ³¹
3	BORN PINK : WORLD TOUR	2022 - 2023	66	34	1.8 million	~\$183 .3	±\$265 million ³²

(sumber : diolah oleh peneliti dari berbagai sumber)

Jika melihat perbandingan konser Tur Dunia BLACKPINK sangat jauh berbeda dari yang pertama maupun kedua. Peneliti juga menghadirkan konser *Virtual* dimana menjadi pembanding dari selama karir BLACKPINK mengadakan konser, walaupun seperti yang diketahui bahwa bukan hanya konser diatas yang diselenggarakan oleh BLACKPINK, banyak konser yang mereka adakan seperti

³⁰ Admin, Allkpop, "*BLACKPINK's 'IN YOUR AREA' world tour becomes the highest grossing K-pop girl group tour in history*" diakses dari <<https://www.allkpop.com/article/2020/02/blackpinks-in-your-area-world-tour-becomes-the-highest-grossing-k-pop-girl-group-tour-in-history>>

³¹ Sun-hwa. Dong, The Korea Times, "*BLACKPINK's 'THE SHOW' draws 280,000 viewers*", diakses dari <<https://m.koreatimes.co.kr/pages/article.amp.asp?newsIdx=303421>>

³² Meiniarista. Thalvya, "*Wow! Konser 'BORN PINK' BLACKPINK Raih Pendapatan Tertinggi Hingga Lampau Ariana Grande pada Tur Dunianya*", diakses dari <Wow! Konser 'BORN PINK' BLACKPINK Raih Pendapatan Tertinggi Hingga Lampau Ariana Grande pada Tur Dunianya - Kpop Chart>

di Jepang namun tidak menjangkau masyarakat Internasional (akses Internasional). Hal ini, juga menjadi fokus peneliti dalam melihat perkembangan drastis dan signifikan BLACKPINK ditinjau dari konser yang diadakan sepanjang karirnya yang telah sukses, dan bisa dilihat dari tabel diatas bahwa Konser BORN PINK sangat jauh berbeda dengan Konser Pertama BLACKPINK, bahkan mengalahkan Tur Dunia Artis Dunia seperti Ariana Grande dsb. Oleh sebab itu, kita dapat melihat torehan berbagai prestasi dari *BLACKPINK* dimana dalam karya-karya nya telah memberi efek secara global, dimana telah menjadi aktor dalam menyebarkan serta mempopulerkan K-Pop yang dikemas dalam lagu hingga fashion style yang memberi perhatian kepada publik yang dibuktikan dengan penghargaan dan pencapaian yang mereka raih selama karirnya. Sejak debut mereka, *BLACKPINK* secara konsisten memecahkan rekor dan menetapkan standar baru untuk kesuksesan industri K-Pop. Hal ini tentu, menjadikan *BLACKPINK* untuk patut diperhitungkan sebagai salah satu pemangku peran sehingga K-Pop lebih kenal bahkan melekat di masyarakat hingga kini. Maka tidak heran jikalau pemerintah Korea Selatan sendiri menyanjung *BLACKPINK* sebagai salah satu *group* Idol yang populer, bahkan lebih mendukung konten-konten hiburan Korea (Korean Wave) dimana hal tersebut diungkapkan oleh Presiden Korea Selatan yaitu Moon Jae In dalam pidato Tahun Baru 2021.

BLACKPINK sebagai *girlgroup* telah memperlihatkan kualitas dan kekuatannya dari musik K-Pop dimana dengan musik K-Pop *BLACKPINK* sukses dalam karirnya. Selanjutnya, dituangkan dalam konsernya dari beberapa konser yang telah dilaksanakan bahkan masih sementara berlangsung hingga kini yaitu konser Born Pink yang akan berakhir pada 16-17 September 2023 di Gocheok Sky Dome, Seoul, Korea Selatan. Seperti yang dipaparkan diatas bahwa pada konser Born Pink tersebut menjadi sangat fenomena dengan pencapaian pendapat yang diperoleh dari konser World Tour-nya kali ini. Dimana sejauh ini, *BLACKPINK* sudah mencetak rekor sebagai pendapatan tertinggi dalam konser *world tour* K-Pop. Hal ini merupakan tanda dari sebuah fenomenalnya *BLACKPINK* dalam dunia Korean Pop, dimana menjadikannya sebagai *girlgroup* papan atas dunia.

4.2 BLACKPINK dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan

BLACKPINK sebagai salah satu *girlgroup* yang populer di kancah internasional dengan talenta serta lewat karya-karyanya telah menghantarkan penerimaan akan keberadaan musik K-Pop. Melihat berbagai capaian-capaian yang mereka telah raih sepanjang karirnya yang telah dibahas sebelumnya, ini tentu memberikan efek positif terhadap citra Korea, bahwa dengan musik dapat menjadi alat dalam mendapatkan perhatian publik dengan tujuan membangun citra hingga menjadi ajang untuk memperkenalkan budaya dari suatu negara, dimana dalam hal ini yaitu negara Korea Selatan. Dalam kepopuleran serta terkenalnya *BLACKPINK* ini juga membuktikan bahwa peran dari K-Pop Idols yang dapat dengan mudah menarik perhatian publik dari karya-karya mereka yang mereka kemas yang lebih *modern* dan mengikuti perkembangan zaman, yang mana membuat K-Pop perlahan-lahan semakin dikenal hingga saat ini. Dari Musik K-Pop sendiri hingga *trend-trend fashion style* yang menjamur di masyarakat bahkan belahan negara lainnya.

BLACKPINK sebagai salah satu aktor non-negara dalam kesuksesan dalam dunia K-Pop yang merujuk ke dalam beberapa aspek seperti *trend hairstyle* hingga *fashion style*, yang membuat adanya ketertarikan masyarakat atau publik untuk melirik keberadaan K-Pop sendiri, selain musik. Selain dari apa yang telah dipaparkan terkait pencapaian *BLACKPINK* sendiri, bukti nyata lainnya, bahwa *BLACKPINK* merupakan salah satu artis K-Pop yang terpopuler dimana dengan kepopulerannya tersebut membawa K-Pop agar bisa diterima oleh publik dalam perkembangan Hallyu atau Korean Wave. Hal ini melihat pada Laporan Hallyu Luar Negeri 2023 yang diterbitkan oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea serta Yayasan Korea untuk Pertukaran Budaya Internasional bahwa ada 2 perwakilan *group* K-Pop yang sangatlah populer yaitu BTS dan *BLACKPINK*.³³ Oleh karena itu, maka tidak heran bahwa baik BTS dan *BLACKPINK* dianggap sebagai *King and Queen of K-Pop* akibat dari kepopuleritasan dan pengaruhnya secara global. Menurut laporan, ada sebanyak 25.000 pemilih yang berusia antara 15 hingga 59 tahun dari 26 negara yang berbeda (seperti Amerika Serikat, Jepang, dsb), dimana dalam survei tersebut yang dilakukan secara online sejak tanggal 11 November hingga 07 Desember

³³ Nelsy KVIBES, "Pemerintah Korea Umumkan BTS dan BLACKPINK sebagai Artis K-Pop Terpopuler di Dunia", <<https://news.kvibes.id/K-Pop/8717960067/pemerintah-korea-umumkan-bts-dan-BLACKPINK-sebagai-artis-K-Pop-terpopuler-di-dunia>>

2022, para pemilih diberikan pertanyaan seputar konten budaya Korea. Sehingga dalam hasil survei tersebut setidaknya ada sebanyak 14,3% yang memilih K-Pop sebagai hal pertama yang mereka tahu. Selanjutnya, setidaknya ada 31,3% yang memilih BTS sebagai artis K-Pop favorit mereka, lalu diikuti oleh *BLACKPINK* dengan 10,8% sebagai arti K-Pop favorit mereka juga.³⁴ Pada hasil survei tersebut, keberadaan *King and Queen* of K-Pop tersebut telah memberi pengaruh terhadap perkembangan budaya di Korea Selatan

Karena itu, peneliti pun menjadi semakin yakin bahwa *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop telah memberikan peluang serta laju perkembangan dalam budaya Korea Selatan yang dikenal sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave* dimana kehadiran *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* dengan melihat popularitas yang dimiliki, dimana hanya dengan 7 tahun perjalanan karir telah banyak menorehkan segudang prestasi yang jika dibandingkan dengan BTS yang *debut* pada 12 Juni 2013, dimana telah berkarir selama 10 tahun, perbedaannya cukup signifikan. Dalam hal ini, peneliti berasumsi bahwa perbedaan waktu *debut* tentu juga berpengaruh terhadap tonggak kepopuleritasan yang jika melihat data BTS lebih unggul, namun hal tersebut dipengaruhi karena perbedaan waktu debut, yang jikalau setara akan menjadi kemungkinan adanya persaingan ketat antara kedua *group* K-Pop tersebut. Tetapi, melihat kesuksesan *BLACKPINK* pun sudah sangat luar biasa bahkan menjadi perwakilan *girlgroup* “Queen of K-Pop” yang patut diperhitungkan dalam kesuksesannya dalam dunia K-Pop. Baik BTS dan *BLACKPINK* pun telah menjadi *icon* dalam dunia K-Pop atas popularitasnya.

Dalam perjalanan karir dalam karyanya, baik secara langsung maupun tidak langsung *BLACKPINK* telah menampilkan atau menyajikan budaya Korea Selatan. Dimana membuat *BLACKPINK* secara tidak langsung pun telah berperan dalam kegiatan berdiplomasi dan menjadi ikut andil dalam diplomasi budaya Korea Selatan yang mengangkat citra dan kepentingan Korea Selatan ke seluruh penjuru dunia. Adapun *BLACKPINK* dalam karya-karya telah memiliki dampak tersendiri dalam menonjolkan “*produk*” budaya Korea Selatan hingga tercermin budaya Korea Selatan lewat karya bahkan penampilannya, sebagai berikut :

³⁴ Ibid.,

4.2.1 Musik K-Pop

Musik K-Pop merupakan bagian budaya Korea Selatan dari segi musik telah menjadi salah satu 'produk' unggulan dalam *Korean Wave* yang hampir di setiap kalangan menerima terlebih pada generasi muda. Musik K-Pop dengan banyak macam genre musik yang telah diciptakan dan dirilis menjadi sebuah lagu yang bisa diterima dan bahkan diminati hampir setiap orang. Hal tersebut juga dilakukan oleh *BLACKPINK* sebagai musisi bahkan *group* K-Pop yang berkiprah dalam dunia seni musik. Dalam musik K-Pop penyampaiannya dapat melalui secara audio hingga visual.

1. Lagu K-Pop

Melalui lagu membuat seseorang dapat menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Melalui lagu yang diciptakan pesan tersebut dapat tersampaikan jikalau, sebagai kita pendengar tau dari bahasa yang digunakan. Jikalau seseorang hanya sekedar tau lagunya saja, maka tujuan dari pesan dari lagu tersebut tidak dapat tersampaikan. Oleh karenanya, dalam sebuah lagu membuat instrumen dalam memperkenalkan sebuah bahasa Nasional sehingga keberadaan sebuah negara dapat dikenali. *BLACKPINK* dalam hal ini boleh dibuktikan dengan berbagai pencapaiannya sehingga bahasa Korea dapat dikenali keberadaannya.

Seperti dalam kolaborasi *BLACKPINK* bersama dengan beberapa bintang musik dunia yaitu Dua Lipa, Lady Gaga dan Selena Gomez yang dimana mereka masih menggunakan bahasa Korea dalam lagu kolaborasi tersebut. Sehingga *BLACKPINK* tidak meninggalkan identitas mereka sebagai warga atau *group* asal mereka yaitu negara Korea Selatan dimana dengan konsistensi menggunakan bahasa Korea dalam kolaborasi tersebut. Dalam lagu tersebut, tentu mereka menggunakan *hanguel*, dimana *hanguel* adalah bahasa dan abjad dari Korea Selatan.

Pemerintah Korea sendiri, ingin memanfaatkan popularitas *Korean Wave* untuk mempromosikan bahasa bahkan budaya mereka, dimana mereka percaya bahwa dengan memanfaatkannya dapat meningkatkan penggunaan bahasa Korea sehingga membuka pintu untuk bisnis bahkan *national interest*. Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan telah

mengumumkan bahwa setidaknya akan mengeluarkan dana sebesar 1,1 triliun untuk mempromosikan alfabet korea atau *hangeul* pada tahun 2020. Dana tersebut untuk meningkatkan penyebaran dan pendidikan bahasa Korea di luar negeri. Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan pun berharap bahwa bahasa Korea tersebut dapat membuat lebih banyak orang tertarik dengan kebudayaan hingga *history* Korea Selatan.³⁵ Maka dari itu, pihak pemerintah Korea Selatan pun menggunakan *Hallyu* sebagai budaya K-Pop sebagai bentuk promosi dan menjadi jalan untuk mencapai *National Interest* tersebut.

Oleh sebab itu, melalui lagu *BLACKPINK* yang sejak awal dinominasi dengan lagu berbasis menggunakan bahasa Korea atau *hangeul*, dimana *BLACKPINK* salah satu *Aktor* yang telah memperkenalkan bahasa Korea sebagai salah satu alat komunikasi *verbal*, sehingga *public* pun tidak segan dan dapat menikmati lagu tersebut. Bahkan mereka pun menyukainya, karena hal ini bisa dilihat dengan berbagai dalam lagu-lagu mereka yang banyak memenangkan berbagai penghargaan lokal maupun internasional yang telah dijelaskan pada poin pembahasan sebelumnya. *BLACKPINK* telah menunjukkan bahwa melalui lagu, bisa salah satu alat dalam penyebaran budaya Korea Selatan, dimana *public* pun tidak langsung merasa asing bahkan menunjukkan suatu penolakan dalam karya tersebut. Dalam lagu kolaborasi tersebut, bisa dilihat berbagai torehan penghargaan yang mereka dapatkan, sehingga membuktikan *eksistensi* lagu K-Pop semakin dikenal dan diterima oleh *public* melalui kolaborasi *BLACKPINK* dengan *artis* papan dunia lainnya, sebagai berikut :

a. Dua Lipa & BLACKPINK : Kiss And Love

- *Kiss and Make Up* mencapai 10 besar di chart Lagu Teratas iTunes AS.
- *Kiss and Make Up* telah melampaui 500 juta *streaming* di Spotify dan pada tahun 2018 telah mencapai 88.484.724 *streaming*. Ini adalah lagu kesembilan yang paling banyak diputar untuk *group* wanita.
- *Kiss and Make Up* memiliki lebih dari 1,4 juta *unique listeners* dan 20 juta *streaming* di MelOn.
- *Kiss and Make Up* memenuhi syarat untuk *Platinum* di Amerika Serikat.

³⁵ Ryal. Julian, "Korea Selatan ingin Dunia Belajar Bahasa Korea dengan K-Pop", <<https://www.dw.com/id/korea-selatan-ingin-dunia-belajar-bahasa-korea-dengan-K-Pop/a-55216509>>

- *Kiss and Make Up* debut di #18 di tangga lagu Billboard Digital Song Sales.
- *Kiss and Make Up* debut di #2 di Worldwide iTunes Chart.
- *Kiss and Make Up* menghabiskan 175 hari di Spotify Global Daily Chart. Ini adalah lagu charting terpanjang kedua oleh artis wanita Korea.
- *Kiss and Make Up* adalah #1 b-side untuk artis wanita K-Pop dengan hari terbanyak masuk dalam top 50 di Spotify Global Daily Chart (44 hari).³⁶

b. Lady Gaga feat. BLACKPINK : Sour Candy

- *Sour Candy* memulai debutnya di #1 di Worldwide iTunes. Ini membuat *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop pertama yang melakukannya
- *Sour Candy* memecahkan rekor "*don't call me angel's*" dari video yang paling banyak dilihat (kolaborasi wanita) dalam 24 jam di YouTube sebanyak 21,8 juta penayangan. Serta M/V *girlgroup* K-Pop yang paling banyak dilihat selama 24 jam pertama di YouTube
- *Sour Candy* memulai debutnya dan menjadi *trending #1* di M/V seluruh dunia YouTube dengan 70+ negara dan *Sour Candy* berada di peringkat #6 di Global Digital Ranking.
- *Sour Candy* memulai debutnya di #17 di UK Official chart menjadi lagu *charting* tertinggi oleh artis wanita K-Pop di negara tersebut yang melampaui 'Kill This Love' (#33).
- *Sour Candy* memulai debutnya dengan 5.766.451 *streaming* di Spotify menjadi debut *girlgroup* terbesar dalam sejarah di Spotify.
- Lagu ini *debut* di #15 di US Rolling Stone Top 100 Chart. Ini adalah lagu pertama dari *girlgroup* yang *debut* di 15 besar dalam sejarah.
- Lagu tersebut menerima 27.584.074 *streaming* dalam seminggu menjadikannya minggu *streaming* terbesar oleh artis Korea di Spotify Global Chart pada tahun 2020.
- *Sour Candy* adalah lagu dengan durasi terlama oleh artis K-Pop di tangga lagu Billboard Hot Dance/Electronic Songs. *Sour Candy* tetap berada di 15 besar selama 22 minggu di Hot Dance/Electronic Charts.

³⁶ Fandom, "*BLACKPINK: KISS AND MAKE UP*", diakses dari <https://Blackpink.fandom.com/wiki/Kiss_and_Make_Up>

- *Sour Candy* memiliki lebih dari 138.000 *unique listeners* dan 1,4 juta *streaming* di Genie. Serta *Sour Candy* memulai debutnya di #2 di chart Spotify global.³⁷
- c. BLACKPINK & Selena Gomez : Ice Cream
- *Ice Cream* memulai debutnya di #13 di Billboard Hot 100. Menjadikannya sebagai *single* dengan tangga lagu tertinggi di AS dan juga lagu dengan tangga lagu tertinggi oleh *girlgroup* K-Pop.
 - *Ice Cream* memiliki lebih dari 700 juta tampilan di YouTube. Ini adalah video musik kesembilan *BLACKPINK* yang mencapai ini.
 - *Ice Cream* melampaui 400 juta *streaming* di Spotify. Ini adalah lagu kelima yang paling banyak diputar oleh *girlgroup* K-Pop. Ini adalah kolaborasi wanita ke-15 yang paling banyak diputar di Spotify.
 - Rolling Stones menobatkan *Ice Cream* sebagai salah satu kolaborasi pop terbaik tahun 2020. *Ice Cream* adalah lagu dan M/V K-Pop wanita yang paling banyak di-*streaming* di Apple Music AS.
 - Pertunjukan *Ice Cream* Dance (di Zepeto) telah melampaui 100 juta penayangan di YouTube. Ini adalah video latihan/pertunjukan tari ke-10 *BLACKPINK* yang mencapai ini dan video pertunjukan tari animasi pertama dan satu-satunya dalam sejarah.
 - *Ice Cream* memiliki lebih dari 1,2 juta *unique listeners* dan 16 juta *streaming* di Genie dan debut di #1 di Worldwide iTunes Chart.
 - *Ice Cream* telah disertifikasi Emas untuk lebih dari 50 juta *streaming* di Jepang. Ini menjadi lagu ke-7 *BLACKPINK* yang mendapatkan sertifikasi *streaming* RIAJ. Serta *Ice Cream* telah terjual lebih dari 8 juta unit di seluruh dunia.³⁸

Akibat banyaknya pencapaian dalam lagu kolaborasi tersebut, *BLACKPINK* sebagai pengambil peran dalam menyebarkan budaya Korea Selatan melalui lagu (bahasa) bisa menghasilkan banyak pencapaian dimana hal ini membuktikan adanya penerimaan terhadap penggunaan bahasa Korea yang

³⁷ Fandom, “*BLACKPINK: KISS AND MAKE UP*”, diakses dari <https://Blackpink.fandom.com/wiki/Sour_Candy>

³⁸ Fandom, “*BLACKPINK: KISS AND MAKE UP*”, diakses dari <https://Blackpink.fandom.com/wiki/Ice_Cream>

membuat *public* tidak menyukai. Namun, tidak merasa terganggu bahkan menyukai dengan banyaknya pencapaian tersebut.

2. Music Video K-Pop

BLACKPINK telah menggabungkan elemen-elemen ke dalam mode K-Pop, Melodi, M/V, dan banyak lagi. Selain dari lagu dimana merupakan berbentuk *audio* yang telah dijelaskan. *BLACKPINK* juga memperkenalkan budaya Korea melalui tampilan *visual* yaitu dari *Music Video (M/V)*. Beberapa lagu *BLACKPINK* dari berbagai *single*, *mini album* hingga *album* telah menampilkan beberapa video dari musik atau lagu utama. Kemudian, dari banyaknya M/V yang telah diproduksi tersebut ada beberapa M/V yang telah menunjukkan lebih menonjol budaya Korea Selatan dibandingkan dengan beberapa juga M/V yang mereka rilis mulai mereka *debut* hingga saat ini. Walaupun semuanya itu telah termasuk dalam bagian Musik K-Pop yang mendunia dimana bagian juga dari *Hallyu*. Berikut beberapa M/V yang mengandung budaya Korea Selatan dari *BLACKPINK* :

a. *How You Like That*

Sejauh ini, bisa dibilang bahwa *outfit* panggung *BLACKPINK* yang paling *iconic* sepanjang masa adalah set *hanbok* mereka dari "*How You Like That*", itu merupakan awal kekuatan untuk album mereka pada saat itu. *Blinks* sendiri sangat menyukai pakaian tersebut, bahkan peneliti dimana bukanlah *Blinks* (penggemar *BLACKPINK*) tetapi suka terhadap kostum tersebut. Menurut, *fans* pakaian mereka terlihat sopan namun modis dengan potongan kain serta aksesoris yang digunakan, sehingga menjadi incaran para *fans* baik dalam maupun luar negeri.³⁹

BLACKPINK pada *comeback* di *single* "*How You Like That*" telah mencuri perhatian dikarenakan kostum yang mereka gunakan dalam M/V *How You Like That*, dimana mereka mengenakan baju tradisional Korea yaitu Hanbok dimana yang dibuat lebih modern. Berasal dari periode ke-3 Kerajaan pada abad ke-6, Hanbok adalah pakaian sehari-hari orang Korea dengan versi untuk pria dan wanita yang masing-masing memiliki ciri khas.⁴⁰ Umumnya, hanbok mengacu

³⁹ Koreaboo, "*The Top 3 Times BLACKPINK Incorporated Their Culture Into Their Music- And Created a Huge Buzz*", diakses dari <<https://www.koreaboo.com/lists/BLACKPINK-incorporate-culture-music-huge-buzz/>>

⁴⁰ *ibid*,.

pada pakaian yang dikenakan selama periode Dinasti Joseon. Untuk video musik mereka, *BLACKPINK* mengenakan pakaian Korea yang didesain ulang oleh Danha. Garis pakaian menyediakan potongan hanbok yang dimodernisasi dan direformasi sehingga para anggota cukup nyaman untuk menari sambil tetap mempertahankan ciri tradisional hanbok. Dalam M/V tersebut, dimana *BLACKPINK* mengenakan pakaian hanbok modern. Jisoo tampil dengan *tube top* dengan perpaduan motif floral asal Korea Selatan dengan luaran hitam lengan panjang dengan aksesoris Korea. Lalu, Jenni dengan atasan crop top berwarna pink bermotif floral juga yang dipadukan dengan celana pendek beserta ornamen Korea. Selanjutnya, Rose yang menggunakan *crop top square neckline* berwarna biru dan luaran tipis hitam. Terakhir, Lisa dengan *crop top* berwarna hitam-Emas. Pada rok yang digunakan Lisa menggunakan rok tradisional Thailand yang dipadukan dengan *hanbok*. Hanbok modern tersebut didesain oleh *brand* Korea bernama 'Danha Seoul'.

Pada kostum *BLACKPINK* tersebut, tidak hanya jeogori yang diubah menjadi bentuk *halter top* atau *crop top* namun dengan mix & match pada bagian *durumagi*, *norigae*, maupun properti lainnya yang dibuat lebih modern.⁴¹ CEO Danha (sang *desainer*), yang mendesain *hanbok* milik *BLACKPINK* tersebut mengatakan bahwa dari kejadian tersebut, ia mendapatkan banyak pertanyaan bahkan pesanan dari seluruh penjuru dunia, dimana ini telah mengisyaratkan bahwa banyak minat terhadap kostum hanbok *BLACKPINK* tersebut. Akibatnya, bisnis mereka pun berkembang pesat. CEO Danha pun mengatakan bahwa jika biasanya penggunaan pakaian kimono jepang yang bergaya oriental, maka setelah melihat *BLACKPINK* mengenakan hanbok ini merubah persepsi dan akan semakin teringat adalah hanbok *BLACKPINK*⁴². Ketika kebanyakan orang menganggap bahwa hanbok hanya bisa digunakan untuk acara formal dan sulit untuk digunakan sehari-hari, namun karena pengaruh *BLACKPINK* berharap persepsi pun diubah akan hal itu.

Gambar 4.1 *BLACKPINK* Mengenakan Hanbok Modern di *How You Like That*

⁴¹ Yuri, "Kenakan Hanbok dalam MV How You Like That, Hanbok Jadi Incaran Penggemar BLACKPINK di Seluruh Dunia", <https://terkinni.com/2020/06/30/kenakan-hanbok-dalam-M/V-how-you-like-that-hanbok-jadi-incaran-penggemar-BLACKPINK-di-seluruh-dunia/?hl=en_US>

⁴² *ibid*,.



(sumber : pinterest)⁴³

Adapun ide dalam menggunakan *hanbok* modern tersebut adalah berasal dari diskusi para semua member *BLACKPINK*. Menurut mereka, tujuan tersebut didasarkan oleh keinginan mereka agar budaya Korea ditunjukkan dalam musik video mereka. Hal tersebut pun terbukti dengan banyaknya pesanan yang membludak di perusahaan Danha Seoul tersebut, dimana mengalami peningkatan berkat Blinks dimana pengunjung website dari AS yang paling banyak melihat situs website serta sisanya dari Eropa dan Asia yang jika ditotal sekitar 10.000 pengunjung dalam satu hari menurut CEO Danha tersebut, serta penjualan *hanbok* tersebut terjual habis.⁴⁴ Ini tentu, tentu tidak lain dari efek popularitas *BLACKPINK* sebagai salah satu *girlgroup* K-Pop yang sukses dan mempunyai pengaruh lebih dalam menyebarkan budaya Korea Selatan sendiri.

Jennie sendiri mengenakan *hanbok* gaya *dopo* (pakaian luar yang biasa dipakai oleh para bangsawan), Pakaian Rose didasarkan pada pakaian wanita dari Dinasti Joseon, serta pakaian prajurit dari masa itu. Perancang mengatakan dia termotivasi oleh pola pada kain pembungkus yang digunakan oleh istana kerajaan Dinasti Joseon.⁴⁵ Di masa lalu, *hanbok* tidak begitu dikenal secara global, tetapi dengan bintang K-Pop yang berpengaruh seperti *BLACKPINK* tampil dengan pakaian seperti itu, semakin banyak orang yang mengetahui tentang pakaian indah dan tradisional Korea. *Group* K-Pop lainnya seperti BTS, A.C.E, dan lainnya juga menggunakan pakaian tradisional dalam video mereka, menarik perhatian pemirsa dan terkesan dengan warna dan garis pakaian yang indah. K-Pop kini menjadi cara lain bagi pemirsa global untuk melihat budaya

⁴³ By Pinterest

⁴⁴ Putri. Anisha Saktian, "Perancang Hanbok Blackpink, Ungkapkan Member Terbaik Mengenakan Pakaian Tradisional Korea", diakses dari <https://www.fimela.com/fashion/read/4304059/perancang-hanbok-BLACKPINK-ungkapkan-member-terbaik-mengenakan-pakaian-tradisional-korea?hl=en_US>

⁴⁵ Polina, "K-STYLE: How BLACKPINK Promotes Korean Culture Through Modernized Hanboks", diakses dari <<https://www.whattheK-Pop.com/2020/09/29/k-style-how-BLACKPINK-promotes-korean-culture-through-modernized-hanboks/>>

tradisional Korea. Untungnya, elemen tradisional yang bercampur dengan K-Pop memberi penggemar di seluruh dunia cita rasa tradisi unik dan warisan budaya Korea.

Begitu banyaknya pencapaian serta penghargaan pada *single* “*How You Like That*” mengindikasikan dengan keterlibatannya unsur kebudayaan dari sebuah *girlgroup* tidak menutup kemungkinan adanya ketidaktertarikan terhadap karya tersebut dalam hal ini musik atau lagu “*How You Like That*” disamping kepopuleran dan terkenalnya *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* dari Korea Selatan. Oleh karenanya, *BLACKPINK* telah membawa fenomena baru dimana tidak hanya dalam *style* musiknya namun dengan *fashion style* yang ditampilkan, seperti kostum hanbok tersebut. Maka dari itu, perasaan bangga dengan hanbok lebih dipromosikan yang telah menarik perhatian penggemar di seluruh dunia. Sehingga, *hanbok* telah banyak dimodifikasi dalam bentuk yang lebih modern yang tentu tidak hanya bisa digunakan pada acara formal maupun dalam festival tradisional. Bahkan *BLACKPINK* secara terang-terangan mengatakan bahwa ingin memperkenalkan budaya Korea kepada seluruh dunia melalui *music video* mereka. Hal tersebut diungkapkan dalam acara ‘Knowing Brothers’ yang diwakilkan oleh Jisoo (member tertua *BLACKPINK*).

Gambar 4.2 *BLACKPINK* di Knowing Brothers



(sumber: koreaboo)⁴⁶

b. Pink Venom

"Pink Venom" merupakan lagu hip-hop dengan karisma unik dari *BLACKPINK*. Suara alat musik tradisional Korea dengan ketukan yang kuat memikat telinga dari intro, rap dan vokal yang memaksimalkan pesona masing-

⁴⁶ Fernandez. Christine, “*BLACKPINK Revealed Whose Decision It Was To Wear Hanboks In “How You Like That”*”, <<https://www.koreaboo.com/stories/Blackpink-revealed-decision-wear-hanboks/>>

masing.⁴⁷ Pada musik video *BLACKPINK* yang berjudul “*Pink Venom*” telah menjadi sorotan karena terdapat unsur budaya Korea Selatan melalui M/V tersebut. Tentu ini bukan menjadi kali pertama *BLACKPINK* menampilkan “produk” Korea dalam karyanya (musik, dsb) dimana sebelumnya di *How You Like That*. Kemampuan kreatif *group* ditunjukkan pada M/V ‘Pink Venom’ yang menggabungkan elemen hip-hop dengan instrumen tradisional Korea seperti geomungo, seruling tradisional Korea. ‘Pink Venom’ *BLACKPINK* mencontohkan kemampuan mereka untuk memasukkan musik tradisional Korea serta hip-hop ke dalam suara unik mereka. Itu juga memberi mereka gambaran tentang rencana mereka untuk menggabungkan suara tradisional Korea dengan ketukan modern melalui penggunaan sitar tradisional, geomungo.

Gambar 4.3 Scene Jisoo dengan Elemen Budaya Korea Selatan pada M/V Pink Venom



(sumber : Koreaboo)⁴⁸

Pada M/V Pink Venom ini tampak Jisoo yang tengah memainkan alat musik tradisional Korea yaitu geomungo, dimana cara memainkannya yaitu dengan dipetik. Selain itu tampak Jisoo juga menggunakan baju tradisional Korea serta gaya rambut Jisoo yang mempresentasikan indahnya gaya rambut tersebut di zaman Joseon. Bahkan kuku Jisoo yang mempresentasikan budaya Korea yaitu skrip dari *Hunminjeongeum* yang merupakan syair budaya tradisional Korea. Maka dari itu, Jisoo dijuluki sebagai “Miss Korea”, dimana dalam M/V tersebut penampilan budaya Korea Selatan sangatlah nampak dan kuat. Selain itu sudah lama bahwa Jisoo sendiri mengatakan ia sangat mencintai budaya Korea Selatan, sehingga julukannya tersebut bukan hanya karena secara *visual* ia

⁴⁷ Fandom, “BLACKPINK: PINK VENOM”, diakses dari <https://Blackpink.fandom.com/wiki/Pink_Venom>

⁴⁸ Wolfe. Serin, “BLACKPINK’s Jisoo Lives Up To Her Title “Miss Korea” In “Pink Venom”, Even In The Smallest Details”, <<https://www.koreaboo.com/news/BLACKPINK-jisoo-embodiment-south-korea-in-pink-venom-even-in-smallest-details/>>

cantik, tetapi karena dia melakukan yang terbaik untuk mewakili Korea sesering mungkin. Kecintaannya terhadap sejarah dan tradisi Korea berasal dari masa sekolah menengahnya ketika ia bergabung dengan klub perkusi tradisional.⁴⁹ Sehingga, Jisoo sendiri mengambil les dalam memainkan instrumen geomungo tersebut, dimana seorang musisi profesional asal Korea yaitu Park Chun Kyung sebagai guru Jisoo dalam memainkan alat musik tersebut.

Dalam hal ini, siapa pun akan terinspirasi dengan apa yang dilakukan Jisoo yaitu dengan memakai pakaian tradisional Korea, memainkan alat musik tradisional Korea, gaya rambut hingga kuku yang merupakan representasi dari budaya serta kesenian Korea, Dalam hal ini, netizen pun sangat bangga dengan apa yang dilakukan Jisoo dari ujung kaki hingga kepala dalam M/V “Pink Venom” tersebut. Penampilan Jisoo dengan menggaet seni dan budaya Korea Selatan, mendapat dukungan secara *public* dimana dalam *single* “Pink Venom” tersebut. Dimana mulai dari dikeluarkannya teaser hingga rilis mengundang banyak pencapaian, sebagai berikut :

- Teaser Pink Venom mencapai 15,7 juta views dalam 24 jam pertama, menjadikannya teaser M/V wanita yang paling banyak dilihat di YouTube. Ini adalah teaser ke-5 yang paling banyak dilihat secara keseluruhan.
- Pink Venom mencapai posisi di #1 di iTunes. Serta Pink Venom memulai debutnya di #1 di Spotify Global Chart dengan 7,93 juta *streaming*.
- Pink Venom memiliki lebih dari 400 juta penayangan di YouTube, menjadikannya video musik *group* K-Pop yang paling banyak ditonton yang dirilis pada tahun 2022.
- Pink Venom memiliki lebih dari 12 juta suka di YouTube, menjadikannya video musik paling disukai oleh artis wanita yang dirilis pada tahun 2022. Ini menghasilkan 6 juta suka hanya dalam 24 jam rilis.
- *Pink Venom* memiliki lebih dari 8 juta *streaming*, 1 juta *unique register*, dan 54.000 suka di Melon. Ini mengumpulkan 468.968 *unique listeners* dalam 24 jam pertama.
- *Pink Venom* memulai debutnya di #2 di Melon Daily Chart. Ini *debut* tertinggi di chart untuk artis wanita K-Pop pada tahun 2022.
- *Pink Venom* memulai debutnya di #1 di Hot Trending Songs Chart.

⁴⁹ Ibid.,

- *Pink Venom* memiliki lebih dari 200 juta *streaming* di Spotify. Ini adalah lagu tercepat dari *girlgroup* K-Pop yang mencapai hal ini dan lagu yang paling banyak diputar pada tahun 2022.
- *Pink Venom* memulai debutnya di #1 di Global YouTube Songs Chart dengan 245 juta *streaming*. *Pink Venom* memulai debutnya di #22 di Billboard Hot 100 serta debut di #1 di Billboard Global 200. Serta *Pink Venom* memulai debutnya di #3 pada penjualan Lagu Digital Billboard.

Oleh karena itu, *BLACKPINK* melalui “Pink Venom” telah mempresentasikan dengan baik kebudayaan Korea Selatan hingga *public* sadar dan menerima kebudayaan Korea Selatan, dibuktikan dengan banyak reaksi positif dari netizen serta pencapaian melalui “*Pink Venom*” yang mengisyaratkan bahwa publik tidak merasa asing bahkan menolak karya tersebut, bahkan dengan hal tersebut memberikan citra yang baik terhadap kebudayaan Korea.

c. Flower (Jisoo)

Jisoo seperti yang telah disebutkan bahwa mempunyai kecintaan terhadap budaya Korea Selatan. Maka lewat *debut* solonya, Jisoo *BLACKPINK* menjawab hal tersebut dengan memasukkan elemen-elemen kebudayaan Korea Selatan melalui *teaser* solonya di Album ME. Berikut beberapa penjelasannya :

1. Pada konsep foto Jisoo, netizen memperhatikan di samping nama judul, terdapat desain dapat dilihat sebagai huruf ‘f’ hangeul untuk Flower “꽃” dan juga bunga literal.⁵⁰

Gambar 4.4 Teaser Jisoo “Flower”



(sumber : K-Pop chart)⁵¹

⁵⁰ Admin, instagram Kfeeds

⁵¹ Hermawan, “Lagu Jisoo *BLACKPINK* ‘FLOWER’ Menduduki Peringkat 6 Spotify, Rekor Tertinggi Artis Solo Wanita K-Pop”, <<https://www.K-Popchart.net/k->

2. Lalu, ada jepit rambut yang dikenakan Jisoo yaitu “Binyeo”, yang mana dikenakan pada Dinasti Joseon yang mencerminkan status dan kekayaan seseorang.

Gambar 4.5 Jepit Rambut Jisoo di Album “Flower”



(sumber : yoursay.suara.com)⁵²

3. Netizen Korea sekali lagi jatuh cinta dengan penggabungan budaya tradisional Korea ke dalam konten musik dan visual *BLACKPINK*. Dalam film visual keduanya untuk perilsan album *single* solo pertamanya 'ME', Jisoo *BLACKPINK* muncul berdiri di depan pintu bergaya tradisional, sebagian terselubung oleh lukisan tinta tradisional.

Gambar 4.6 Jisoo BLACKPINK di Teaser Album Solo Miliknya



(sumber : allk-pop)⁵³

Sekarang, telah ditunjukkan bahwa pintu yang muncul dalam teaser film visual Jisoo sebenarnya adalah artefak budaya tradisional Korea yang dikenal sebagai 'Kkotsalmun' (Pintu Desain Kisi Bunga). Unik untuk era monarki klasik Korea Selatan, Kkotsalmun dapat ditemukan di banyak bagian Korea saat ini,

update/9168302764/lagu-jisoo-Blackpink-flower-menduduki-peringkat-6-spotify-rekor-tertinggi-artis-solo-wanita-k-pop>

⁵² Larissya. Lintang, “Jisoo Pakai Aksesoris Ini di Visual Filmnya, Jawab Rumor dari Fans?”, <<https://yoursay.suara.com/entertainment/2023/03/24/083523/jisoo-pakai-aksesoris-ini-di-visual-filmnya-jawab-rumor-dari-fans>>

⁵³ Yoon. Solim, “Netizens are in love with the Korean Traditional flower latticework doors seen in BLACKPINK Jisoo’s ‘ME’ visual film”, <<https://www.allk-pop.com/article/2023/03/netizens-are-in-love-with-the-korean-traditional-flower-latticework-doors-seen-in-BLACKPINK-jisoos-me-visual-film>>

termasuk di istana era Joseon, serta rumah yang diawetkan, bangunan, dll. Yang membedakannya adalah polanya yang rumit dan desainnya yang rumit. Mereka sering kali melambangkan keberuntungan. Dalam hal ini, nampak bahwa dengan Jisoo menampilkan beberapa budaya Korea Selatan telah membuat netizen sebagai publik menyoroti hal ini hingga para jurnalis mengatakan bahwa ini bagian dalam mempromosikan budaya Korea Selatan. Hal tersebut, tentu membuat banyak K-netizen yang bangga dan kagum dengan kemampuan *BLACKPINK* Jisoo untuk mempromosikan tradisional Korea melalui pengaruhnya, sementara juga menunjukkan bahwa Jisoo menyempurnakan konsep klasik Korea dengan konten teasernya sejauh ini. Beberapa meninggalkan komentar seperti, "*Jisoo sangat cantik, begitu juga pintunya!*", "*Konsep tradisional Asia paling cocok untuk Jisoo. Dia selalu terlihat terbaik dalam balutan hanbok*", "*Saat aku masih kecil, aku memohon pada ibuku untuk membelikanku kain tenun bunga pintu.*" untuk kamarku lol", "Jisoo terlihat sangat cantik, aku sangat menyukai konsep album solo ini", dan masih banyak lagi.⁵⁴ Hal itu membuat bagaimana seseorang dalam mempengaruhi publik dalam mempromosikan sebuah budaya agar makin dikenal.

4.2.2 Budaya Korea Selatan dalam Penampilan *BLACKPINK*

BLACKPINK sebagai *girlgroup* K-Pop papan atas telah membuktikan eksistensi dan pengaruhnya terhadap global melalui konsep *group* hingga musik K-Pop nya. *BLACKPINK* pun dengan bangga menampilkan kebudayaan Korea Selatan melalui musik dan M/Vnya. Bahkan dalam *perform* atau penampilannya, untuk itu, berikut beberapa penampilan *BLACKPINK* menggunakan konsep budaya Korea Selatan :

1. *BLACKPINK* di Coachella 2023

Coachella adalah sebuah festival musik dan seni yang bergengsi serta terbesar di dunia. Jika dilihat sepanjang karir *BLACKPINK*, *BLACKPINK* telah tampil di Coachella sebanyak 2 kali. Dimana, *BLACKPINK* tampil di Coachella yang dijadwalkan pada tanggal 12 dan 19 April 2019 yang Oleh sebab itu *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop pertama yang tampil Coachella. Lalu, pada tanggal 15 April 2023 *BLACKPINK* kembali tampil di Coachella dan membuat sejarah sebagai *headliner*. *BLACKPINK* membuat sejarah sebagai *group* K-Pop

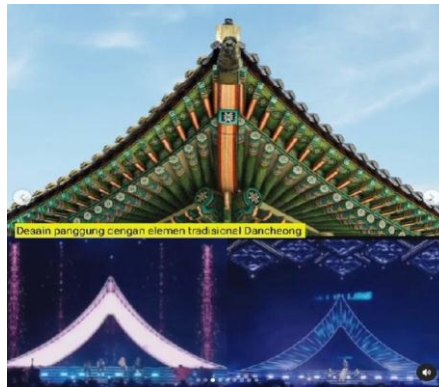
⁵⁴ Ibid.,

pertama yang menjadi *headliner* di Coachella. Penampilan mereka menarik perhatian dan memikat hati publik dari berbagai belahan dunia. Selain penampilan luar biasa, *BLACKPINK* juga tampil dengan menerapkan unsur budaya negara asal pada desain panggung hingga busana para member. Hal ini tentu membuat warga Korea Selatan bangga dan terharu. Netizen pun turut mengungkapkan rasa bangganya terhadap *BLACKPINK* yang sudah membawa Korea di panggung Internasional hingga kalimat penutup pun menggunakan bahasa Korea. Pada sebuah forum online, K-Net membahas betapa cantiknya *BLACKPINK* yang membawa elemen budaya Korea di atas panggung Coachella tersebut. Hal ini juga diungkapkan oleh Wendy merupakan salah satu member *girlgroup* Red Velvet pun turut menyampaikan rasa bangganya terhadap *BLACKPINK*.⁵⁵ Adapun elemen-elemen yang dibawa *BLACKPINK* dalam pertunjukannya tersebut ialah :

a. Desain panggung

Penampilan *BLACKPINK* di Coachella, setting panggungnya menggunakan elemen *dancheong*. *Dancheong* merupakan sebuah kerajinan tradisional Korea berupa lukisan untuk dekorasi bangunan.⁵⁶ Dimana nampak memberikan kesan tradisional dengan bentuk atas segitiga.

Gambar 4.7 Elemen Budaya Tradisional *Dancheong* di Panggung Coachella



(sumber : grid.id)⁵⁷

b. Bendera Korea Selatan

⁵⁵ Admin, "Bikin Bangga, Panggung Blackpink di Coachella Membawa Unsur Budaya Korea Selatan", diakses dari <<https://www.fimela.com/lifestyle/read/5264442/bikin-bangga-panggung-BLACKPINK-di-coachella-membawa-unsur-budaya-korea-selatan>>

⁵⁶ Ibid.,

⁵⁷ Tesalonika. Christine, "BLACKPINK Hadirkan Elemen Tradisional Korea Selatan di Panggung Coachella 2023", <<https://www.grid.id/read/043763259/Blackpink-hadirkan-elemen-tradisional-korea-selatan-di-panggung-coachella-2023?page=all>>

Selama *BLACKPINK* tampil, nampak bendera Korea Selatan yang dikibarkan selama pertunjukkan *BLACKPINK* di Coachella. Serta terlihat warna bendera Korea Selatan yakni warna biru dan merah pada *background* panggung saat Jenni tampil dengan membawakan lagu “You & I”.

Gambar 4.8 Bendera Korea Selatan berkibar di Coachella



(sumber : grid.id)⁵⁸

Gambar 4.9 Unsur Bendera Korea Selatan di Panggung Coachella



(sumber : fimale.com)⁵⁹

c. Outfit dengan Unsur Hanbok

Selain dari apa yang ditampilkan *BLACKPINK* di “*How You Like That*” dengan mengenakan pakaian *hanbok modern*, di panggung Coachella juga *BLACKPINK* tampil dengan *outer* yang terinspirasi dari hanbok pada *outfit* pertama dan kedua mereka. **(foto terlampir)**

d. Tari Kipas Buchaechum

Penampilan *BLACKPINK* pada lagu “Typa Girl” mereka dikelilingi oleh penari kipas. Dimana tarian tersebut adalah tari tradisional Korea Selatan yaitu

⁵⁸ Ibid.,

⁵⁹ Admin, Op.Cit.,

Buchaechum, *BLACKPINK* dalam penampilannya tampak melakukannya dengan gaya yang lebih modern.

Gambar 4.10 Tari Kipas di Coachella



(sumber : grid.id)⁶⁰

e. Salam Penutup

BLACKPINK tanpa ragu menggunakan bahasa Korea di salam penutup. Hal ini membuat penggemar bangga, bahwa mereka sudah tampil di kancah Internasional namun tidak melupakan bahasa Korea serta membungkuk sebagai sapaan. **(foto terlampir)**

BLACKPINK dalam menyapa penggemar serta penonton, Jisoo, Jennie, Rose, Lisa membungkuk dimana merupakan budaya Korea Selatan dalam menyapa. *BLACKPINK* tidak lupa asal usul negara mereka salah satunya budaya menyapa masyarakat Korea Selatan. *BLACKPINK* sebagai *headliner* di Coachella tentu memberikan kebanggaan oleh Korea Selatan. Selain melalui karya mereka yang pada dasarnya sudah memasukkan unsur budaya, dalam penampilannya kali ini *BLACKPINK* semakin menonjolkan kebudayaan Korea Selatan. Pada penampilannya tersebut dihadiri oleh sekitar 125 ribu penonton, dan sebagai lagu pembuka *BLACKPINK* menampilkan Pink Venom dan Kill This Love, yang membuat penonton ikut bernyanyi dan berjoget bersama. Kemudian, tagar *#BLACKPINKatCoachella* memuncaki *trending* Twitter dengan mencapai 2 juta cuitan.⁶¹ Ini membuktikan popularitas *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* papan

⁶⁰ Tesalonika. Christine, “*BLACKPINK* Hadirkan Elemen Tradisional Korea Selatan di Panggung Coachella 2023”, <<https://www.grid.id/read/043763259/Blackpink-hadirkan-elemen-tradisional-korea-selatan-di-panggung-coachella-2023?page=all>>

⁶¹ Ananta. Jeremia Agung, “*Blackpink* Sukses Tampil Memukau Sebagai Salah satu Penampil Utama di Coachella 2023, Wendy Red Velvet Ucapkan Rasa Bangga”, <<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5262921/BLACKPINK-sukses-tampil-memukau->

atas Korea Selatan serta pengaruhnya terhadap publik. Ini juga menjadi fenomena baru kehadiran *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* telah memperlihatkan *power group* K-Pop dimana dalam popularitasnya dapat menggaet budaya Korea Selatan dan menunjukkannya kepada seluruh dunia.

2. Konser BLACKPINK “Born Pink”

Tidak hanya dalam lagu, M/V bahkan pertunjukkan dalam sebuah *event* *BLACKPINK* menampilkan kebudayaan Korea Selatan, ini berlanjut pada konser *BLACKPINK*. Pada konser *BLACKPINK* yang bertajuk “Born Pink” ini terdapat beberapa budaya Korea Selatan yang ditampilkan juga, selain dari apa yang telah dipaparkan sebelumnya. Konser tetap menggunakan salah satu outfit dengan kebudayaan Korea Selatan, Menggunakan kostum yang mengandung unsur budaya Korea Selatan untuk tour *BLACKPINK* yang kedua.

Pada Konser Born Pink, *BLACKPINK* masih menggaet budaya Korea Selatan, hal ini tampak dari salah satu pakaian dari member yaitu Jennie yang menarik perhatian. Banyak netizen yang memperhatikan bahwa dalam pakaian tersebut, terpancar energi budaya yang mengesankan dari budaya Korea Selatan.⁶² Dalam pakaian tersebut, yang dikombinasikan dari atasan crop top putih dan celana pendek hitam. Dimana detail dari atasan putih tersebut seperti cetakan pohon pinus dan harimau yang sering muncul pada lukisan masyarakat Korea. Sebab itu, Jennie yang menggunakan pakaian tersebut, mendapat pujian dari netizen karena telah mewakili keindahan dari tradisi Korea dengan cara yang lebih modern, sehingga tidak keluar dari ciri khas *BLACKPINK*.

Gambar 4.11 Pakaian Jennie BLACKPINK di Konser Born Pink



sebagai-salah-satu-penampil-utama-di-coachella-2023-wendy-red-velvet-ucapkan-rasa-bangga>

⁶² Putri. Resha Febriyana, “Jennie Blackpink Representasikan Tradisi Korea Lewat Outfitnya di Born Pink World Tour”, <<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5140324/jennie-BLACKPINK-representasikan-tradisi-korea-lewat-outfitnya-di-born-pink-world-tour>>

(sumber : liputan6.com)⁶³

Harimau putih merupakan hewan yang secara khusus diasosiasikan dengan budaya dan sejarah Korea, itulah sebabnya negara ini dikenal sebagai “Negara Harimau”. Hal tersebut juga dibuktikan dalam Olimpiade Musim Dingin PyeongChang tahun 2018, Harimau Putih menjadi maskotnya dengan nama Soohorang. Melalui detail-detail tersebut, banyak penggemar menjadi tertarik untuk menyelidiki lebih lanjut tentang budaya Korea Selatan maupun tradisinya.

Jika demikian, kehadiran *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop telah mempresentasikan budaya korel melalui karya-karyanya yang dipadukan dalam sebuah fashion, hal tersebut telah tergambar dari penjelasan sebelumnya. Nyatanya, *BLACKPINK* selain sukses sebagai *girlgroup* dimana lewat karya musik yang diproduksi telah mengundang berbagai reaksi dari publik untuk mendukung karya-karyanya, yang walaupun dipadukan dengan elemen budaya tidak mengurangi minat serta esensi budaya K-Pop modern. Hal tersebut juga dengan kehadiran *BLACKPINK* dalam dunia *fashion style* yang telah digaid beberapa *brand fashion style* ternama sehingga selain musiknya ini juga merujuk pada *fashion style*. Sehingga dalam memadukan budaya Korea Selatan, dibuat menjadi lebih modern dengan memadukan konsep *BLACKPINK* sendiri. Melalui cara demikian, *BLACKPINK* sukses meraih perhatian publik untuk lebih mengenal budaya Korea Selatan dan hal ini mengindikasikan bahwa persoalan budaya bisa dibuat sedikit lebih modern dengan tidak mengurangi esensi serta nilainya, karena secara budaya biasanya terkesan kulot. Namun kehadiran *BLACKPINK* yang membuatnya lebih modern serta *brand fashion style* terkenal yang ditetapkan pada *BLACKPINK*, telah memberikan kesan serta warna baru dalam penyebaran elemen budaya Korea Selatan dalam sebuah *girlgroup* K-Pop. Jika dibandingkan dengan *group* K-Pop lainnya, *BLACKPINK* dengan warnanya sendiri serta kepopuleritasnya menjadi nilai lebih dalam mempromosikan hingga menunjukkan pengaruhnya kepada *public*. Selain itu, Desain panggung juga menampilkan unsur kebudayaan Korea Selatan dalam penampilan *BLACKPINK*, yaitu Elemen budaya tradisional Dancheong. Dimana dalam beberapa tempat lokasi yang tersebar beberapa kota yang diadakan konser tersebut, menampilkan bentuk panggung dengan kebudayaan Korea Selatan tersebut. Hal ini semakin *BLACKPINK* sebagai actor non negara yang melakukan hal tersebut tanpa

⁶³ Ibid.,

beraliansi, dimana *pure* dalam menampilkan hal tersebut sebagai memperkuat bahwa *BLACKPINK* ingin meng-globalkan budaya Korea Selatan.

BLACKPINK sebagai *girlgroup* telah berperan dalam perkembangan *Hallyu* atau *Korean Wave* dimana dengan membawa 'produk-produk' budaya Korea Selatan melalui karya-karyanya. Sehingga dalam hal ini *BLACKPINK* dengan menggunakan K-Pop (musik dan fashion) telah menyebarkan budaya Korea Selatan secara langsung maupun tidak, melalui musik dan fashion. Seperti pada penelitian sebelumnya dikatakan bahwa K-Pop merupakan bagian dari Korean Wave, dan K-Pop terdiri dari musik dan fashion yang saling berkaitan. Kontribusi *BLACKPINK* dalam menyebarkan budaya K-Pop dimana mereka telah menjadi panutan bagi anak muda di seluruh dunia dan membantu meningkatkan popularitas K-Pop di dunia. Dimana keberadaan *BLACKPINK* yang dapat didefinisikan sebagai Aktor Non Negara, karena tidak mempunyai hubungan dengan Negara, yang mana hanyalah artis Korea dibawah naungan agensi YG Entertainment, namun akibat kepopuleritasnya serta salah satu anggota yang sangat mencintai kebudayaan Korea Selatan tersebut telah menghantarkan *BLACKPINK* sebagai pemangku peran dalam melakukan penyebaran budaya Korea Selatan melalui 'produk' Korean Wave yaitu K-Pop. Apa yang telah dilakukan *BLACKPINK* telah memberikan pengertian bahwa permainan aktor dalam dunia tatanan sekarang sudah semakin melebar hingga ke individu. *BLACKPINK* sebagai Aktor Non Negara yang populer dapat menarik perhatian *public*. Sehingga dalam prakteknya, secara langsung maupun tidak langsung telah memberi dampak bagi negara Korea Selatan dalam budaya mereka lebih dikenal. Bahkan pemerintah sendiri telah mendukung bahwa K-Pop sebagai alat untuk disebarkan dengan tujuan agar negara lebih dikenal serta citra negara menjadi baik, sehingga akan mempengaruhi berbagai sektor sebagai bagian pertumbuhan sebuah negara.

4.3 BLACKPINK dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Indonesia

Kepopuleritasan serta pengaruh dari *BLACKPINK* secara global, sudah tidak diragukan lagi, dimana telah mempengaruhi *public* melalui daya sebar budaya Korea Selatan, salah satunya di Indonesia. Peran *BLACKPINK* dalam menyebarkan budaya K-Pop telah membantu meningkatkan penerimaan budaya Korea di kalangan anak muda di seluruh dunia termasuk Indonesia. Mereka telah membantu menghilangkan *stereotip negatif* tentang budaya Korea

dan menunjukkan bahwa musik K-Pop adalah sesuatu yang bisa dinikmati oleh semua orang, dengan mengemas dalam sebuah konsep *fashion style* yang modern dan *trendy*. Mereka telah membantu meningkatkan popularitas K-Pop di dunia, mereka juga telah menjadi wajah dari industri musik Korea dan membantu mengenalkan budaya Korea kepada penggemar di seluruh dunia, salah satunya Indonesia.

Melihat *public* Indonesia yang selalu antusias dengan ‘produk-produk’ Korean Wave, salah satunya yaitu K-Pop. Hal ini, telah memberi peluang kepada negara asal yaitu Korea Selatan dalam membangun citra serta mempengaruhi publik dalam menyebarkan atau mempromosikan budaya Korea Selatan di Indonesia. Kepopularitasan *BLACKPINK* telah menghantarkan para *public* atau masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi budaya dari Korea Selatan, yang dalam prakteknya *BLACKPINK* telah menyebarkannya secara langsung maupun tidak langsung melalui produk-produk K-Pop yaitu dari musik hingga fashion di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh *BLACKPINK* di Indonesia, melalui beberapa karya yang telah dinikmati oleh masyarakat Indonesia. Bahkan menjadi sebuah *trend* sebagai dampak *BLACKPINK* di Indonesia, dimana dengan keberadaan *BLACKPINK* sebagai aktor dalam penyebaran budaya Korea Selatan atau yang disebut *Hallyu* melalui K-Pop. Adapun *BLACKPINK* dan Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia, sebagai berikut :

4.3.1 Musik BLACKPINK di Indonesia

Kesuksesan *BLACKPINK* dalam dunia musik K-Pop, termasuk negara Indonesia. Indonesia sendiri, sebagai salah satu negara dengan tujuan ekspor album K-Pop terbanyak, hal tersebut diungkapkan oleh Badan Bea Cukai Korea Selatan/Korea *Customs Service*. Dimana dengan mencatatkan rekor tertinggi pada tahun 2022 yang mencapai 233,11 juta dollar AS atau sekitar Rp 3,53 triliun naik sekitar 5,6 persen dari tahun sebelumnya. Salah satu album yang banyak terjual yaitu *Born Pink* milik *BLACKPINK* (2,52 juta kopi) menurut Circle Chart.⁶⁴ Kemudian, menurut data pada survei KIC-Zigi bahwa ada 10 *girlband* atau *girlgroup* yang menjadi favorit orang Indonesia ialah *BLACKPINK* dengan total 46,3% berada di peringkat pertama. Survei ini dilakukan pada 20–29 Juni 2022

⁶⁴ Hariani. Aprilia, “Indonesia Salah Satu Negara Tujuan Ekspor Album K-Pop Terbanyak”, <<https://www.pajak.com/ekonomi/indonesia-salah-satu-negara-tujuan-ekspor-album-K-Pop-terbanyak/>>

secara online terhadap 1.609 responden warga Indonesia yang menyukai hiburan Korea. Mayoritas responden berasal dari kelompok Gen Z dan Milenial. Responden tersebar di seluruh Indonesia, dengan populasi terbanyak berada di Pulau Jawa.⁶⁵ Selain itu, menurut survei Populix, *BLACKPINK* juga menjadi *girlgroup* K-Pop yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia. Pasalnya, mereka memperoleh 51% yang dipilih oleh 3.836 responden.⁶⁶ Hal ini membuktikan kepopuleran *BLACKPINK* di tanah air.

Seperti yang diketahui, Indonesia menjadi negara ketiga penggemar *BLACKPINK* terbanyak di dunia, hal ini dibuktikan melalui data *streaming* YouTube dengan total penayangan video *BLACKPINK* adalah 640 juta per maret 2022.⁶⁷ Dimana dengan data tersebut Indonesia memiliki euforia yang sangat tinggi terhadap *BLACKPINK*. Oleh sebab itu, Indonesia menjadi negara yang sangat melekat dengan lagu *BLACKPINK*, dimana sadar tidak sadar bahwa banyak masyarakat indonesia mendengarkan lagu *BLACKPINK*. Secara tidak langsung kita telah mengkonsumsi budaya Korea Selatan dimana dalam penyebarannya melalui musik K-Pop yaitu lagu-lagu, dengan artisnya atau aktor yaitu *BLACKPINK*. Berikut lagu *BLACKPINK* yang banyak disukai dan dinyanyikan oleh para fans maupun non-fans termasuk negara Indonesia, diantaranya :

1. Ddu-Du Ddu-Du, lagu ini dirilis pada tanggal 15 Juni 2018 ini sukses dan banyak ditonton sebanyak 2,1 miliar kali di Youtube.
2. Kill This Love, lagu yang dirilis pada tanggal 4 April 2019 ini sukses dan banyak ditonton sebanyak 1,8 miliar kali di Youtube
3. As If It's Your, last Lagu ini dirilis pada tanggal 22 Juni 2017 yang sukses banyak disukai dan ditonton sebanyak 1,3 miliar di Youtube
4. *How You Like That*, lagu yang dirilis pada tanggal 26 Juni 2020 ini telah ditonton sebanyak 1,2 miliar kali di Youtube

⁶⁵ Dihni. Vika Azkiya, "Ini 10 Girlband K-Pop Favorit Orang Indonesia Menurut survei KIC-Zigi", <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/ini-10-girlband-K-Pop-favorit-orang-indonesia-menurut-survei-kic-zigi>>

⁶⁶ Admin, "BLACKPINK Jadi Girl Group K-Pop terfavorit di Indonesia", <<https://dataindonesia.id/ragam/detail/BLACKPINK-jadi-girl-group-K-Pop-terfavorit-di-indonesia>>

⁶⁷ PramborsFM, Maret 2023, "Indonesia jadi Negara Ketiga Penggemar BLACKPINK Terbanyak di Dunia!", <<https://www.pramborsfm.com/music/indonesia-jadi-negara-ketiga-penggemar-BLACKPINK-terbanyak-di-dunia>>

5. Pink Venom Lagu yang dirilis pada tanggal 19 Agustus 2022 ini telah ditonton sebanyak 715 juta kali di Youtube.⁶⁸

Hal ini dibuktikan, Dari *platform* YouTube Indonesia berhasil menempati posisi pertama sebagai negara yang *streaming BLACKPINK* terbanyak di YouTube. Dilansir dari Koreaboo, tercatat bahwa Indonesia *streaming* dengan 48,6 juta tampilan per bulan pada tahun 2019.⁶⁹ Bahkan Indonesia berada di posisi pertama dengan jumlah penayangan video YouTube oleh *group* K-pop *BLACKPINK* selama 12 bulan terakhir per Agustus 2023, menurut statista.⁷⁰ Lagu-lagu dari *BLACKPINK* tersebut, selalu meramaikan media sosial, banyak fans maupun non-fans yang selalu antusias tiap lagu yang dirilis oleh *BLACKPINK* dan mengikuti dance cover dari lagu tersebut. Tak salah jika lagu *BLACKPINK* banyak disukai di seluruh dunia, termasuk Indonesia. *BLACKPINK* telah sukses di Indonesia sebagai *girlgroup* papan atas dunia yang dengan karya-karya musik K-Pop nya yang mendunia, salah satunya di Indonesia. Melalui karya-karyanya tersebut mereka membuktikan bahwa bisa menjadikan musik K-Pop sebagai musik yang diterima dan bahkan berpengaruh bagi semua orang. Dari karya-karya *BLACKPINK*, begitu banyak yang melakukan *dance cover* dimana dilakukan oleh anak-anak hingga dewasa dan berbagai *platform* seperti TikTok, YouTube Short, maupun Reels. Selain itu, M/V mereka selalu menduduki trending teratas di YouTube Indonesia

Salah satu bukti dari sekian banyaknya *dance cover* dan capaian YouTube di Indonesia. Melihat dari pelawak sekaligus aktris Indonesia yang tidak mempunyai *background* sebagai seorang K-Popers, dapat meng-*cover dance* lagu Pink Venom dari *BLACKPINK* pada 07 Agustus 2023 di Standupfest. Sebelumnya, Kiki saputri juga datang di konser *BLACKPINK*. Ini membuktikan peran

⁶⁸ Sukma. Elsa Hayati, "Ini 5 lagu Blackpink yang Terkenal, Banyak Dinyanyikan Fans dan Non Fans", <<https://lifestyle.bisnis.com/read/20230311/254/1636293/ini-5-lagu-BLACKPINK-yang-terkenal-banyak-dinyanyikan-fans-dan-non-fans#:~:text=Lagu%20Pink%20Venom%20dan%20Shut,banyak%20disukai%20di%20seluruh%20dunia>>

⁶⁹ WowKeren. "Inilah 10 Negara Yang Streaming BLACKPINK Terbanyak di YouTube, Indonesia Peringkat Berapa?" <<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00268532.html#:~:text=Lebih%20mengejutkannya%20lagi%2C%20Indonesia%20berhasil,terdapat%20kampung%20halaman%20Lisa%2C%20Thailand>>

⁷⁰ Statista Research Departement, "Number of Views on YouTube videos by K-Pop group BLACKPINK over the past 12 monts as pof August, by country (in millions)", <<https://www.statista.com/statistics/1295220/south-korea-BLACKPINK-youtube-views-by-country/>>

BLACKPINK sebagai *girlgroup* dalam menyebarkan budaya Korea Selatan dari non-K-Popers bahkan K-Popers pun dapat mencintai karya *BLACKPINK* tersebut yang mencerminkan penerimaan budaya Korea Selatan, karena seperti yang telah dijelaskan dalam karya *BLACKPINK* tersebut mengandung dan mempresentasikan Budaya Korea Selatan. Sehingga musik K-Pop pun dapat diminati semua kalangan. Selain hal tersebut, pada salah satu M/V yang tentunya terkenal juga salah satunya di Indonesia yaitu trend *hairstyle* dari salah satu member *BLACKPINK*. Karena itu, model rambut yang pada bagian depan di pirang (bleached fringe) tersebut menjadi viral dan trend salah satunya di Indonesia. **(foto terlampir)**

Gaya tersebut dimulai pada M/V *How You Like That BLACKPINK*, dimana dari sejak dirilis pada 26 Juni 2023, M/V *How You Like That* telah ditonton lebih dari 1,2 miliar yang sempat menjadi trending #1 di YouTube Indonesia. Mungkin Oleh karena itu, banyak masyarakat Indonesia terutama kalangan muda dapat terinspirasi, mengingat M/V tersebut tayang pada awal pandemi dimana semua masyarakat berada dirumah yang semakin membuat M/V hingga gaya tersebut menjadi perhatian dari perilsan *teaser* hingga dirilisnya. Ini merupakan inspirasi *hairstyle* bagi kalangan anak muda, terbukti dengan banyaknya anak muda hingga influencer dalam membuat rambut mereka seperti Jennie *BLACKPINK* tersebut.

Proses *BLACKPINK* dalam menyebarkan budaya Korea Selatan di Indonesia sendiri, terdapat sebuah pameran dimana menampilkan berbagai *merchandise* hingga barang-barang asli yang digunakan oleh *BLACKPINK*. Pameran tersebut ialah *BLACKPINK In Your Area Pop-up Store and Exhibition in Jakarta* yang dibuka pada 06 Maret 2023 hingga 06 April 2023. Pameran tersebut tentu meramaikan konser *BLACKPINK* pada 11-12 Maret 2023. Ini merupakan kolaborasi internasional pertama dengan Flimty sebagai *co-promotor*. Dimana sebelum masuk, terdapat area registrasi untuk pengunjung dan sebagai tiket masuk dapat memilih dan melakukan transaksi pembelian produk Flimty dengan harga Rp 319.000 atau membeli *merchandise* di *pop-ip store* mulai harga Rp. 400.000.⁷¹ Ketika sudah masuk, pengunjung akan menemukan jejeran kostum

⁷¹ Itsnaini. Faqihah Muharroroh, "*Pengalaman ke Pameran BLACKPINK Pertama di Jakarta, Kostum Asli*", <<https://travel.kompas.com/read/2023/03/09/183637427/pengalaman-ke-pameran-BLACKPINK-pertama-di-jakarta-lihat-kostum-asli?page=all>>

hitam sebagai figuran Jisoo saat memainkan *geomungo* (alat musik tradisional dari Korea) pada M/V lagu Pink Venom. Lalu, terdapat pula sebuah panggung kecil dengan sinar ungu vertikal yang mirip dengan set adegan tersebut.

Kemudian, di dalam pameran tersebut menampilkan berbagai kegiatan *BLACKPINK*, mulai dari latihan *dance*, diberi *makeup* sebelum tampil, hingga potongan-potongan adegan dalam M/V mereka. Selain itu, terdapat berbagai kostum member *BLACKPINK*, salah satunya ketika mereka tampil di Coachella pada tahun 2019, lalu ada juga Kubus *iconic BLACKPINK* hingga berbagai properti yang digunakan member *BLACKPINK* baik gitar berbentuk kupu-kupu yang digunakan Rose pada M/V Pink Venom hingga jok mobil yang dipakai Jennie dan Lisa pada *part rap* mereka di M/V Pink Venom juga.

Gambar 4.12 Kubus *Iconic BLACKPINK* di Pameran



(sumber : travel.kompas.com)⁷²

Selain itu, terdapat kostum *iconic* yang tentu sangat terkenal dari *BLACKPINK* yaitu hanbok modern *BLACKPINK* di M/V lagu *How You Like That*. Bahkan kostum lainnya seperti Kill This Love hingga salah satu *outfit* pada konser pertamanya yaitu 2019 *BLACKPINK* World Tour : In Your Are. Terkait hal tersebut, Blink merasa terkesan ketika mereka melihat secara langsung segala pernik-pernik yang didatangkan langsung dari Korea Selatan. Pameran ini kemudian menjadi salah satu media dalam diplomasi yang dilakukan *BLACKPINK* dengan *background girlgroup* K-Pop sebagai sebuah *instrument* kebudayaan, menampilkan beberapa karya-karya *BLACKPINK* secara langsung hingga yang berkaitan dengan unsur-unsur budaya Korea Selatan, dimana biasanya disebut dengan budaya material dan non-material.

⁷² Ibid.,

4.3.2 *BLACKPINK* “effect” di Indonesia

A. Figure dan Inspirasi

BLACKPINK telah menjadi panutan bagi anak muda di seluruh dunia dan membantu dalam menyebarkan budaya K-Pop. Mereka memberikan kontribusi yang besar dalam mempromosikan musik K-Pop dan budaya Korea di kalangan anak muda dan menjadi inspirasi serta termotivasi bagi mereka untuk mengejar cita-cita mereka di industri musik utamanya, salah satunya di negara Indonesia. Salah satunya diungkapkan oleh StarBe yang merupakan *group* wanita asal Indonesia yang terpilih untuk menjalani *trainee* di Korea Selatan dan akan memulai *debut* promosinya melalui proyek Grow TwoGether 2023. StarBe mengaku bahwa mereka banyak terinspirasi dari musik *BLACKPINK* dalam menciptakan karya.⁷³

Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Republik Korea menjadikan Grow TwoGether 2023 sebagai program pertukaran budaya internasional yang diorganisir oleh Badan Promosi Pertukaran Budaya Internasional (KOFICE). Program Grow TwoGether 2023 sebelumnya sudah sukses terselenggara di Vietnam dan Thailand. Program ini kemudian memilih Indonesia untuk kerja sama selanjutnya dan menggaet StarBe sebagai *group* yang akan mereka orbitkan di Korea Selatan. StarBe sendiri beranggotakan 4 orang yaitu Abelle, Stella, Kezia, dan Chelsea. Kwan Yong Park selaku General Manager SOON Entertainment mengatakan pula bahwa StarBe memang banyak terinspirasi dari Jisoo dan kawan-kawan dalam menciptakan karya. Dimana mereka berharap pula bahwa StarBe tidak hanya terkenal di Indonesia tapi juga di seluruh dunia. Lagu StarBe ini akan diperkenalkan melalui proyek tersebut, dengan genre hip-hop yang unik serta *powerfull* yang melahirkan kembali konser hardcore hip-hop, dan lagi-lagi hal tersebut terinspirasi dari *BLACKPINK*. Rencananya, StarBe akan melakukan training selama empat bulan di Korea Selatan untuk beradaptasi dengan kebudayaan Hallyu.⁷⁴

Selain itu, peneliti melihat ada Pink Panda asal Indonesia yang merupakan sebuah *group* yang selalu *dance cover* lagu *BLACKPINK*, maka tak jarang

⁷³ Insertlive, “Siap Debut ke Korea, StarBe Ngaku Banyak terinspirasi dari *BLACKPINK*”, <<https://www.insertlive.com/korea/20230731201221-191-315719/siap-debut-ke-korea-starbe-ngaku-banyak-terinspirasi-dari-BLACKPINK>>

⁷⁴ Ibid.,

mereka disebut sebagai *BLACKPINK*-nya Indonesia karena berawal dari kecintaannya terhadap *BLACKPINK*. Dimana awalnya Pink Panda ini terbentuk karena mereka melihat ada *group* baru dari YG Ent tapi mereka belum tahu kalau itu akan menjadi *BLACKPINK* (sebelum *BLACKPINK debut*). Setelah itu, ketika mereka melihat *dance practice* “*Bitch Better Have My Money*” mereka langsung suka, dan mulai sejak itu mereka sering *cover*. Setelah mencari-cari orangnya terbentuklah Pink Panda pada 16 Oktober 2016 yang mana beranggotakan 4 orang yaitu Natya Shina (Rose), Vellania Suganda (Jennie), Asyifa (Lisa), dan Devina Almira (Jisoo).⁷⁵ Hingga saat ini mereka terus melakukan *dance cover* khususnya lagu *BLACKPINK* baik secara *group* maupun *individual*. Bahkan salah satu *video cover* mereka yang terkenal dan sempat trending #2 di Indonesia yaitu *How You Like That*, dimana mereka tampil menggunakan atau mendesain *hanbok modern* yang digunakan *BLACKPINK* juga pada M/V tersebut. Selain itu, mereka juga mengikuti lomba *dance cover* yang diadakan Samsung di *event* Galaxy A #AwesomeLIVE pada 14 Januari 2020 dan mereka menjadi salah satu pemenang. Selain itu, masih dengan *dance cover BLACKPINK*, mereka pernah menang sebagai World Champion *BLACKPINK* OOTD Contest 2018 hingga juara dua *BLACKPINK* Challenge 2019 untuk cover dance lagu Kill This Love. Namun, menurutnya yang paling berkesan ketika mereka tampil didepan *BLACKPINK* dimana *BLACKPINK* sebagai Juri pada *event* Samsung Galaxy A #AwesomeLIVE.

Oleh sebab itu, *BLACKPINK* telah banyak memengaruhi kaum muda dalam mengejar cita-cita. Hal ini tentu bukan karena mereka dengan langsung menjadi terkenal seperti sekarang, namun dengan berbagai usaha yang mereka lakukan mulai dari *debut* hingga saat ini, sehingga membuat orang-orang banyak terinspirasi olehnya. StarBe dan Pink Panda merupakan dua dari banyaknya contoh dalam hal ini, peneliti pun selalu *amaze* dengan apa yang dilakukan *BLACKPINK*. Peneliti walaupun bukan *Blinks*, namun karena pengaruh serta musik khas mereka telah banyak menginspirasi peneliti sehingga terinspirasi pada penelitian ini. Oleh karenanya, apa yang dilakukan *BLACKPINK* tersebut telah terbukti bahwa pengaruh *BLACKPINK* di Indonesia dalam penyebaran

⁷⁵ Anjani. Rahmi, “*Mengenal Pink Panda, Grup Dance Cover Blackpink dari Indonesia yang Trending*”, <<https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5110964/mengenal-pink-panda-group-dance-cover-BLACKPINK-dari-indonesia-yang-trending>>

Hallyu, dengan menjadi *role mode* untuk berkarir bahkan dalam menemukan sebuah *passion* seperti Pink Panda.

B. Fanatisme

Indonesia sebagai salah satu negara dengan *fans* terbesar dari *BLACKPINK* telah membuktikan bahwa *BLACKPINK* sebagai salah satu *girlgroup* yang telah menunjukkan pengaruh serta eksistensinya. Salah satu yang sempat heboh ketika *BLACKPINK* ingin menyelenggarakan konser di Indonesia dimana telah di *booking* di SUGBK pada 11-12 Maret 2023, dimana dengan hal tersebut membuat pertandingan sepak bola antara Persib vs Persija itu ditunda.⁷⁶ Sontak fans bola Indonesia tersebut menyerang akun Instagram milik *BLACKPINK*. Blink pun tidak diam, Blink Indonesia merasa Jennie dkk tidak pantas untuk dipersalahkan, Kemudian, hal tersebut menyedot perhatian publik. Sebenarnya, sejak awal pengumuman konser *BLACKPINK* telah menyedot perhatian publik dikarenakan penjualan tiket yang ludes dengan cepat hingga venue GBK sebagai tempat diselenggarakannya konser *BLACKPINK*. Hal tersebut muncul, ketika tahun lalu Menpora Zainuddin menyatakan bahwa stadion tidak bisa digunakan untuk perhelatan lain sebelum Piala Dunia U20 dilangsungkan. Dimana menurutnya ia hanya berpatokan dengan penyampaian yang telah disebutkan FIFA, sehingga ia pun mengatakan tidak berhak untuk melarang serta mengizinkan penggunaan SUGBK tersebut. Namun, promotor konser tersebut membuat pengumuman bahwa Konser *BLACKPINK* akan tetap diselenggarakan di GBK.

Ada begitu banyak daya sebar *BLACKPINK* di Indonesia yang menjadi sebuah fenomena di Indonesia, yaitu sebagai berikut :

1) Kolaborasi OREO x *BLACKPINK*

Pada tanggal 06 Januari 2023 secara resmi diluncurkan Oreo x *BLACKPINK* ke pasar Asia, khususnya Indonesia.⁷⁷ Kolaborasi keduanya tersebut ditandai dengan desain yang cantik serta tampilan khas dari *BLACKPINK*. Biskuit Oreo

⁷⁶ Asih. Ratnaning, "Instagram Blackpink digeruduk Fans Sepak Bola Buntut Penundaan Liga Persija Vs Persib di GBK, Blink Pasang Badan", <<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5223061/instagram-BLACKPINK-digeruduk-fans-sepak-bola-buntut-penundaan-liga-persija-vs-persib-di-gbk-blink-pasang-badan>>

⁷⁷ Kompas.com, "7 Fakta Kolaborasi Oreo x Blackpink yang Jarang diketahui", <<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/01/07/112900120/7-fakta-kolaborasi-oreo-x-BLACKPINK-yang-jarang-diketahui?page=all>>

yang legendaris tersebut sebelumnya telah berkelaborasi dengan nama-nama besar didunia hiburan. Namun, pada kolaborasi tersebut telah sukses besar di Indonesia, hal ini karena nama *BLACKPINK* juga yang begitu terkenal di Indonesia. Maka dari itu, kolaborasi ini Indonesia menjadi negara yang pertama yang bisa menikmatinya. Bahkan Jihoon TREASURE memamerkan Oreo x *BLACKPINK* tersebut pada siaran live di Weverse usai tiba di Indonesia pada 09 Desember 2022 untuk meramaikan konser SHI.⁷⁸ Selain itu, pada desain Oreo x *BLACKPINK* tersebut Mondelez Indonesia meM/visualisasikan ikon tiara dan biskuit Orea yang berwarna pink. Maknanya ialah hal tersebut merupakan khas visual album studio lengkap pertama *BLACKPINK* yang berjudul “*The Album*”.

Gambar 4.13 OREO x BLACKPINK



(sumber : lifestyle.kompas.com)⁷⁹

Kemudian, dalam kolaborasi tersebut ada tanda tangan member *BLACKPINK* yang bukan hanya di *multipack* saja tetapi ada disetiap kemasan reguler (kemasan *roll*) pada bagian depan kemasan. Selanjutnya yang menjadi incaran seluruh fans yaitu koleksi *photocard* member *BLACKPINK* baik individu maupun *group*. Hal ini yang membuat heboh masyarakat Indonesia khususnya Blink, karena mereka berusaha mengumpulkan *photocard* tersebut. Bahkan peneliti pun ikut *fomo* dan ingin mendapatkan *photocard* cantik tersebut. Terakhir, bagi pecinta Oreo dan *BLACKPINK* bisa memindai kode QR yang tersedia di kemasan *roll* edisi *eksklusif*. Karena hanya dengan melakukan pendaftaran akun dan memindai *QR Code*, dapat mengunduh *wallpaper* ponsel secara gratis dan mendapat pesan video yang dipersonalisasi AI oleh member *BLACKPINK* dimana video tersebut dapat diunggah ke media sosial serta di galeri ponsel. Hal tersebut merupakan suatu hal yang sangat ditunggu-tunggu untuk pencinta keduanya. Karena peneliti sebagai K-Popers, akan sangat antusias dengan

⁷⁸

Admin.

KFEEDS.

Instagram.

<<https://www.instagram.com/p/Ci9xlqI5sIJ/?igshid=MzRIODBiNWFIZA>>

⁷⁹ Kompas.com, Op.Cit.,

kolaborasi *favorit group idol* kita dengan suatu *brand* atau produk akan membuat kita berupaya untuk mengoleksi serta *feedback* yang bagus tersebut menjadi 'harta' bagi para pencintanya. Contohnya, *photocard* biasanya harganya mahal, namun dengan kolaborasi ini bisa lebih banyak peluang dalam mendapatkannya, apalagi ditambah dengan *brand* tersebut juga salah satu *brand* kesukaan. sehingga sekali berlayar 2 pulau terlampaui. Kolaborasi ini tentu, memberikan dampak baik kedua kolaborator bahkan fans keduanya. Sehingga tidak heran, hal ini menjadi suatu fenomena di Indonesia. Karena sejak pada awal rilis, sulit atau hampir tidak ditemukan di *marketplace* dimanapun. Hal ini menunjukkan kekuatan *BLACKPINK* dalam kolaborasinya kali ini.

2) Kolaborasi Starbucks x *BLACKPINK*

BLACKPINK telah berkolaborasi dengan Starbuck dimana pada 25 Juli 2023 telah dirilis, dengan 8 koleksi tumbler, minuman hingga gantungan kunci yang dihadirkan pada kolaborasi ini.⁸⁰ Sebelumnya telah dilakukan *presale* yang sudah dilakukan khusus untuk pemilik member Starbucks dan para Blink pun sangat antusias. Dalam kolaborasi ini, banyak Blink dari seluruh dunia bahkan Indonesia yang mengincar koleksi *merchandise*, salah satunya yaitu koleksi *tumbler* Starbucks pilihan Lisa *BLACKPINK*, yang bertabur *Rhinestone* berkilau dan cantik dengan harga Rp 2 Juta dimana koleksi paling mahal dalam kolaborasi Starbucks kali ini.

Di Indonesia sendiri tepatnya di Senayan Park, para Blinks sudah mengantri beberapa jam sebelum pembukaan *presale*. Para Blink mulai mengisi form yang disediakan untuk mempermudah transaksi. Namun, tak lama setelah pembukaan, koleksi tumbler *Rhinestone* tersebut yang seharga Rp 2 Juta ini sudah habis. Dimana memang persediaan *tumbler* tersebut *limited* dan hanya tersedia sebanyak 5 *tumbler* di Starbucks Senayan Park tersebut. Bahkan di beberapa gerai yang tersebar di tempat lainnya hanya menyediakan 1 hingga 2 *tumbler* saja serta tidak semua gerai menyediakannya. Hal tersebut, bukan lagi fenomena yang baru bagi *BLACKPINK* maupun Blink sendiri. Namun, karena itu ini menunjukkan kualitas serta pengaruh *BLACKPINK* di Indonesia.

Gambar 4.14 Starbucks x *BLACKPINK*

⁸⁰ PramborsFM, "*Tumbler Starbucks X BLACKPINK Seharga Rp 2 Juta Sold Out!*", <<https://www.pramborsfm.com/news/kurang-10-menit-tumbler-starbucks-x-BLACKPINK-seharga-rp-2-juta-habis-terjual/all>>



(sumber : K-Popchart net)⁸¹

3) Fashion Style *BLACKPINK*

Seperti yang diketahui *BLACKPINK* kini telah menjadi BA (*Brand Ambassador*) untuk beberapa *brand* mewah *fashion style* dunia seperti, Jisoo (Dior), Jennie (Chanel), Rose (YSL) dan Lisa (Celine). Hal ini membuktikan bahwa *BLACKPINK* tidak hanya sukses dalam industri musik dimana dengan kepopulerannya tidak hanya memikat para *fans* tetapi juga *brand-brand* ternama. Di Indonesia sendiri, efek *BLACKPINK* dalam dunia *fashion* dapat dilihat ketika, tas putih (*cloud bag*) yang digunakan member *BLACKPINK* yaitu Jenni yang populer dan viral di Korea Selatan yang membuat orang-orang untuk antri, demikian yang terjadi di Indonesia. Dimana tas tersebut menjadi incaran para artis Indonesia seperti Nagita Slavina dan Tiara Andini, yang dengan hal tersebut sebagai bagian dari efek dan pengaruh *BLACKPINK* dalam hal ini Jennie dalam dunia *fashion style*. Baik Nagita Slavina maupun Tiara Andini merupakan fans dari *BLACKPINK* alias Blink.

Gambar 4.15 Tas *cloud bag* milik Jennie *BLACKPINK*



(sumber : lifestyle.kompas.com)⁸²

⁸¹ Fibria. Dinda, "Siap-siap! Kolaborasi Starbucks Korea Dengan *BLACKPINK* Akan Diluncurkan di Indonesia, Catat Tanggalnya!", <<https://www.K-popchart.net/k-update/9169369509/siap-siap-kolaborasi-starbucks-korea-dengan-BLACKPINK-akan-diluncurkan-di-indonesia-catat-tanggalnya>>

4) *BLACKPINK* dalam Politik di Indonesia

Kepopuleran *BLACKPINK* tidak bisa diragukan lagi, bahkan selain sebagai peran dalam diplomasi budaya Korea Selatan. *BLACKPINK* juga berpengaruh terhadap politik yang ada di Indonesia. Selain beberapa efek dari *BLACKPINK* yang telah dijelaskan, sebagai pengaruh *girlgroup* K-Pop yang mendunia khususnya di Indonesia. Ternyata, efek dari kekuatan *BLACKPINK* ini merambah dalam dunia politik Indonesia. Pada salah satu partai politik Indonesia yakni Gerindra, pada laman *twitter* nya menyebutkan bahwa mengadakan sebuah *giveaway* tiket konser *BLACKPINK* yang akan diselenggarakan pada 11-12 Maret 2023. Menurut penggemar memprotes hal tersebut karena merasa ada tendensi khusus mengenai hal itu. Karena syarat *giveaway* tersebut dimana mewajibkan peserta berfoto di depan baliho atau *billboard* Prabowo dan peserta *giveaway* wajib untuk tag akun Gerindra dan Prabowo. Pernyataan dari pihak Gerindra sendiri bahwa hanya memberikan kegembiraan saja yang ingin nonton konser tersebut. Selain itu, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) melakukan hal serupa, bedanya mereka meminta Blink untuk membuat sebuah *jedag-jedug* yang lengkap dengan alasan kenapa harus memenangkan tiketnya.⁸³

Dalam hal ini melihat bahwa kekuatan dari sebuah *girlgroup* dengan kepopulerannya telah memberi pengaruh dalam dunia politik. Pasalnya, seperti yang diketahui begitu banyak dampak sebagai kekuatan dari *BLACKPINK*. Sehingga dalam hal ini, Gerindra melihat bahwa dengan menggaet *BLACKPINK* dapat mempengaruhi kualitas atau image dari partipolitik tersebut, bahkan mendukung partai Gerindra atau Prabowo. Melihat sasarannya, seperti yang diketahui Indonesia sendiri sebagai *fans BLACKPINK* terbanyak, dan mayoritas *fans* tersebut kebanyakan anak muda, dimana berpengaruh terhadap kualitas suara. Oleh karena itu, atas dasar tersebutlah Gerindra melakukannya dalam sudut pandang peneliti.

⁸² Baskoro. Dinno, "Gara-gara Jennie Blackpink, Quilt Bag Jadi Tren di Korea Selatan", <<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/13/114634720/gara-gara-jennie-BLACKPINK-quilt-bag-jadi-tren-di-korea-selatan?page=all>>

⁸³ Gracia. Aurelia, "'Giveaway' Tiket Konser Blackpink Ada Aroma Perlibtatan Fandom K-pop Jelang Pemilu 2024", <<https://magdalene.co/story/gerindra-giveaway-tiket-konser-BLACKPINK>>

4.4 KONSER *BLACKPINK WORLD TOUR BORN PINK* DI JAKARTA 2023

(MILESTONE)

Pada Konser kedua *BLACKPINK* di Indonesia ini tepatnya, pada 11-12 Maret 2023 yang lalu merupakan sebagai salah satu besarnya pengaruh kekuatan dari *BLACKPINK*. Pada konser keduanya yang bertajuk *BLACKPINK Born Pink World Tour* menjadi sejarah baru bagi *girlgroup* K-Pop dimana *BLACKPINK* sebagai yang konser pertama di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Ini membuktikan pengaruh *BLACKPINK* yang sukses mempromosikan budaya Korea Selatan dengan merangkul *attention* masyarakat Indonesia dari apa yang mereka lakukan dari awal *debut* hingga menjadi *girlgroup* K-Pop yang mendunia.

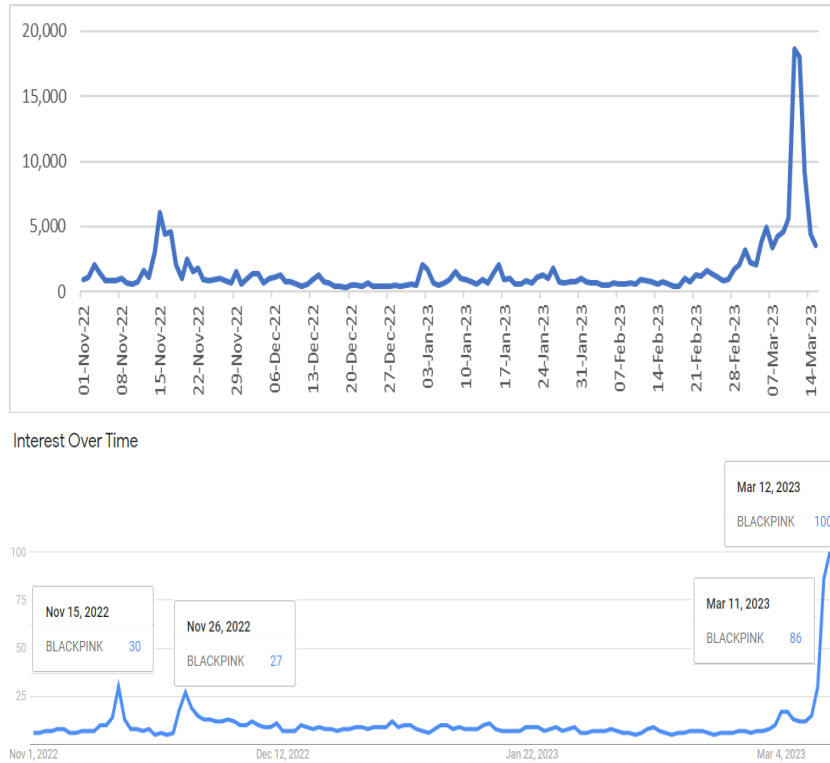
Konser *world tour BLACKPINK* ini telah membuat antusias para penggemar untuk nonton konser mereka dimana setelah pandemi yang terjadi membuat *BLACKPINK* mengadakan konser virtual pertamanya. Sehingga konser *tour* keduanya ini sebagai momentum untuk *BLACKPINK* dan Blink Indonesia. Pada Konser keduanya ini banyak yang antusias hingga kalangan para artis pun datang. Bahkan konten-konten di media sosial dihebohkan dengan banyaknya unggahan terkait konser *BLACKPINK* tersebut. Bahkan peneliti beserta teman-teman merasakan hal tersebut dimana *fyp* di TikTok, IG Story dsb dipenuhi dengan meriahnya konser *BLACKPINK* tersebut. Bahkan para artis-artis hingga anak-anaknya pun ikut datang menonton konser *BLACKPINK* tersebut misalnya Ayu Ting Ting beserta anaknya, Nia Ramadhani beserta anaknya, dan masih banyak lagi.⁸⁴

Para Influencer pun ikut datang menonton seperti Bondol JPG, Clarissa Putri dan Sandra Lubis, Kiki Saputri, dan masing banyak lagi. Ini membuktikan bahwa semua karya-karya dalam bentuk lagu, dance hingga secara look (*fashion style*) semuanya menyukai tanpa merasa terganggu dari segi bahasa dsb, sehingga semuanya enjoy dalam menikmati konser *BLACKPINK* tersebut. Terdapat lebih dari 213.000 postingan terkait konser *BLACKPINK* di Jakarta pada media sosial dari 1 November 2022 hingga 15 Maret 2023. Puncaknya selama pertunjukan,

⁸⁴ Lova. Cynthia, "Sederet Artis Nonton Konser *BLACKPINK* Bareng Anak, Ada Dian Sastro hingga Nia Ramadhani", <<https://www.kompas.com/hype/read/2023/03/14/115252366/sederet-artis-nonton-konser-BLACKPINK-bareng-anak-ada-dian-sastro-hingga?page=all>>

mencapai 18.000 postingan per hari. *Trend* yang sama juga terlihat pada pencarian *BLACKPINK* di Google.

Gambar 4.16 Volume percakapan konser *BLACKPINK* (atas) dan pencarian Google dari waktu ke waktu (bawah)

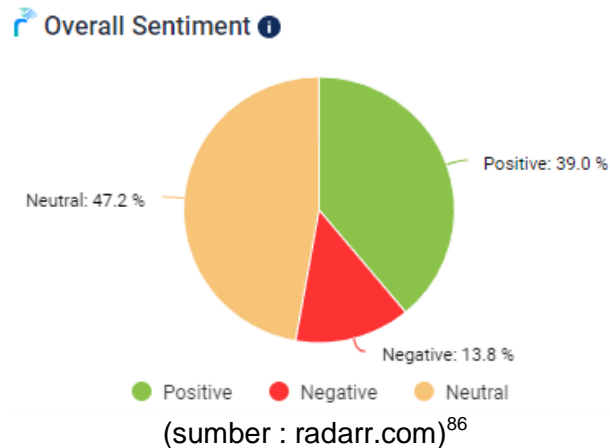


(sumber : radarr.com)⁸⁵

Selain itu, terdapat percakapan positif tentang konser tersebut mencakup 39% dari keseluruhan percakapan, sementara 13,8% memiliki sentimen negatif. Komentar negatif tersebut di nominasi karena ketidakpuasan oleh promotor untuk konser *BLACKPINK* tersebut, mulai dari tidak cukupnya tempat hingga kualitas *seats* yang tidak memadai. Bahkan beberapa netizen memposting di Twitter tentang penipuan tiket yang mereka alami saat membeli tiket dari reseller tiket di media sosial.

Gambar 4.17 Sentimen keseluruhan dari perbincangan konser *BLACKPINK*

⁸⁵ Ezra. Rendy, "Blackpink Jakarta Concert: Insights For Concert/Event Organizers", <<https://www.radarr.com/blog/BLACKPINK-jakarta-concert-insights-for-concert-event-organizers/>>



Banyak menyebut hal ini merupakan sebuah bentuk dari fomo, karena banyak artis yang datang yang pada dasarnya bukan K-Popers atau bahkan Blink, seperti Rachel Venny dsb. Namun, terkait hal tersebut, menurut peneliti terlepas tujuan orang datang ke konser hal tersebut memberi isyarat bahwa ketika ada suatu fenomena Fomo berarti hal tersebut mempunyai nilai yang lebih daripada biasanya yaitu salah satu popularitas. Hal ini mungkin karena pengaruh dan terkenalnya *BLACKPINK* sehingga ada yang datang ke konser karena sekedar ikut-ikutan. Jika demikian, hal ini tentu tidak menghilangkan eksistensi *BLACKPINK* bahkan menjadi salah satu bukti bahwa *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* K-Pop dapat menarik simpatik publik sehingga banyaknya yang datang ke konsernya dan menikmati lagunya dari awal hingga akhir.

Dalam konser keduanya ini juga telah menampakkan kebudayaan Korea Selatan, selain daripada lagu-lagu dari *BLACKPINK*. Hal ini terwujud dari outfit mereka yang mereka gunakan di konser keduanya tersebut, termasuk konser di Jakarta, Indonesia. Dimana dengan hal tersebut, mempresentasikan budaya Korea Selatan, yang mana secara tidak langsung mengisyaratkan bahwa *BLACKPINK* selain melalui karyanya mereka juga membuktikan keberadaanya sebagai *girlgroup* K-Pop yang berasal dari Korea Selatan melalui *outfit (fashion)* yang mereka gunakan.⁸⁷

Gambar 4.18 *Outfit* BLACKPINK di Konser Born Pink

⁸⁶ Ibid.,

⁸⁷ Maharani. Inessia Nabila, "Ini Gaya Outfit yang Dipakai BLACKPINK Saat BORN PINK in Jakarta Day1, Lisa Tampil Swag Pake Outfit Ini!", <<https://www.hallyuvibe.com/fashion/6767961683/ini-gaya-outfit-yang-dipakai-BLACKPINK-saat-born-pink-in-jakarta-day-1-lisa-tampil-swag-pake-outfit-ini?page=2>>



(sumber : Hallyuvibe.com)⁸⁸

Khususnya outfit Lisa dan Jennie dimana seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa pakaian Jennie dengan motif Harimau Putih yang mencerminkan keindahan dan tradisi Korea Selatan dengan yang lebih modern. Selain itu, nampak Lisa menggunakan *outfit* dengan atasan bermotif bunga peony dengan makna kekayaan dan kesejahteraan dalam cerita rakyat Korea. Dimana kedua outfit tersebut didesain oleh Miss Sohee dimana merupakan *desainer* Korea Selatan yang karyanya selalu berhubungan dengan budaya dan fantasy khususnya Budaya Korea Selatan.⁸⁹ Selain itu, beberapa fans *BLACKPINK* atau Blink datang nonton konser *BLACKPINK* tersebut menggunakan hanbok modern khas *BLACKPINK* yang terkenal di *How You Like That*. Melihat fenomena tersebut, perbandingan dengan *group* lainnya, dimana dalam karyanya juga mengaget pakaian hanbok dengan versi atau *desain* masing-masing. Sangatlah jarang ada *fans* dari *group* lain tersebut yang datang ke konsernya mereka dengan menggunakan hanbok yang mereka tampilkan pada M/V mereka. Misalnya dalam hal ini, StrayKidz di M/V Back Door. Ketika konser kemarin para fansnya tidak ada yang nampak menggunakan hanbok tersebut. Selanjutnya, Suga BTS dimana ketika konser kemarinnya juga tidak mengenakan hanbok yang Ditampilkan dalam M/V nya. Sedangkan *BLACKPINK* waktu pertama kali M/V tersebut keluar, orang berbondong-bondong memakai hanbok modern karena *BLACKPINK* bahkan desainernya meraih banyak orderan akan hal itu.

Pada Konser di Indonesia ini ada Blink yang datang menggunakan hanbok, ini merupakan suatu gambaran dari gelombang pengaruh *BLACKPINK*. Andre (Blink tersebut) dimana menurutnya ia datang menggunakan Hanbok karena asal

⁸⁸ Ibid.,

⁸⁹ Lee. Jamie, "MISS SOHEE BRINGS FANTASY COUTURE TO LIFE WITH BLACKPINK'S JISOO, ARIANA GRANDE AND GIGI HADID", <<https://elle.com.sg/2022/12/21/miss-sohee-brings-fantasy-couture-to-life-with-BLACKPINKs-jisoo-ariana-grande-and-gigi-hadid/>>

BLACKPINK sendiri yaitu Korea Selatan serta ingin seperti *BLACKPINK* yang tampil di *How You Like That* menggunakan hanbok. Hal tersebut diliput oleh CNN Indonesia terkait “Totalitas Fan Demi Ketemu *BLACKPINK* di Konser : Pakaian Hanbok”⁹⁰

Gambar 4.19 Blink Mengenakan Hanbok di Konser Born Pink Jakarta 2023



(sumber : CNN Indonesia)⁹¹

Gambar 4.20 Blink (personal Pink Panda) menggunakan Hanbok dan *cover dance* milik *BLACKPINK* di Konser Born Pink Jakarta 2023



(sumber : Instagram)⁹²

Pada konser kedua *BLACKPINK* yang diselenggarakan di Jakarta ini telah menyita perhatian publik karena kehebohannya serta antusias dari fans *BLACKPINK*. Bukti antusiasnya, dengan banyaknya yang datang menggunakan atribut bernuansa Black dan Pink serta *style* dan *makeup* yang nyentrik sesuai dengan *style group BLACKPINK* sendiri. Bahkan beberapa dari Blink mengatakan bahwa, mereka sangat antusias melihat *live performance* mereka yang dinantikan sejak lama. Mereka mengatakan bahwa Idol Korea tersebut

⁹⁰ Feraldi. Muhammad, “Totalitas Fan Demi Ketemu *BLACKPINK* di Konser: Pakai Hanbok”, <<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230311134549-227-923733/totalitas-fan-demi-ketemu-BLACKPINK-di-konser-pakai-hanbok>>

⁹¹ Ibid.,

⁹² Screenshoot dari Instagram a.ci.pa dan vellania

sangat bertalenta bukan hanya karena *viral* atau cantik saja, tetapi karena karya *BLACKPINK* yang memberi baik. Sebelumnya, mereka sering melakukan *cover* lagu maupun *dance* dari *BLACKPINK*.⁹³ Tentu, hal tersebut membuktikan daya sebar *BLACKPINK* dalam K-Pop Hallyu pada masyarakat Indonesia, sehingga banyak dari mereka yang *excited* terhadap konser keduanya tersebut.

Popularitas *BLACKPINK* sudah tidak diragukan kembali, sebagai *girlgroup* K-Pop yang sudah diakui kesuksesannya secara global. *BLACKPINK* hadir sebagai salah satu aktor dalam menyebarkan pengaruhnya. Pengaruh *BLACKPINK* serta pencapaian-pencapaian yang diraih *BLACKPINK* tentu menghantarkan suatu fenomena hingga seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. *BLACKPINK* telah berperan dalam menyebarkan nilai-nilai budaya Korea Selatan dalam karirnya sebagai *girlgroup* K-Pop. Indonesia sebagai salah satu negara dengan keterbukaannya dengan budaya serta nilai-nilai pada sebuah negara, salah satunya Korea Selatan. Dimana telah mengantarkan kesuksesan *BLACKPINK* di Indonesia serta menunjukkan besarnya pengaruhnya di Tanah Air. Eksistensi *BLACKPINK* di Indonesia semakin diperlihatkan ketika melaksanakan konser di Jakarta pada 11-12 Maret 2023 yang lalu, dimana *BLACKPINK* dinobatkan sebagai *girlgroup* K-Pop pertama yang menggelar konser di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Sebelumnya, telah melaksanakan konser di Indonesia dalam rangka *world tour* nya yang pertama pada 19-20 Januari 2023 yang mana digelar di Indonesia Convention Exhibition, BSD, Jakarta. Hal tersebut tentu sangat berbeda dalam rangka *world tour* nya baik yang pertama maupun kedua, mulai dari venue hingga jumlah penonton. Berikut perbedaan konser 2019 World Tour *BLACKPINK* In Your Area dan *BLACKPINK* Born Pink World Tour 2023 :

1. Jumlah penonton

Pada konser pertama *BLACKPINK* yaitu 2019 World Tour *BLACKPINK* In Your Area di Indonesia 16.260 ribu penonton.⁹⁴ Sedangkan pada *BLACKPINK* BORN PINK World Tour dihadiri sekitar 70.000 ribu penonton. Ini merupakan perbedaan yang cukup jauh dengan perbandingan konser artis K-Pop lainnya.

⁹³ Christa. Agnes Valentina, "Meriahkan Konser Blackpink, Begini Antusias Blink dari Outfit hingga Atribut", <<https://www.beritasatu.com/lifestyle/1032084/meriahkan-konser-BLACKPINK-begini-antusias-blink-dari-outfit-hingga-atribut>>

⁹⁴ WowKeren, "Total Penonton Dan Penghasilan Konser BLACKPINK Terkuak, Fans Minta Agensi Lebih Perhatikan Grup", https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00299527.html#google_vignette

2. Venue Konser

Selain dari jumlah penonton yang cukup jauh, hal tersebut nampak terlihat jelas dengan adanya perbedaan venue dimana sebelumnya dilaksanakan di Indonesia Convention Exhibition, BSD. Lalu, pada konser keduanya di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Dimana luas dari venue konser pertama hanya bisa menampung sekitar 5.000 ribu hingga 18.000 ribu penonton. Sedangkan GBK dapat menampung lebih dari 77.000 ribu penonton.⁹⁵

3. Penonton yang hadir

Konser kedua Born Pink milik *BLACKPINK* ini dihadiri banyak oleh artis dan *public figure* Indonesia baik pada dasarnya K-Popers atau Blink hingga dengan penonton yang fomo terhadap konser *BLACKPINK*. Dimana jauh lebih euphoria dibanding dengan konser pertamanya tersebut, yang mana konser pertama seperti konser artis K-Pop pada umumnya yang dinominasi oleh fansnya.

4. Sosial Media

Melihat banyaknya datang para artis, influencer, hingga publik figure Indonesia. Tentu menjadi heboh di media sosial, sehingga menjadi lebih meriah konser keduanya *BLACKPINK* tersebut (seperti data yang telah dipaparkan sebelumnya). Setelah melihat fenomena konser *BLACKPINK* Born Pink tersebut, bahwa memang *BLACKPINK* salah satu aktor non-negara Korea Selatan yang menjadi K-Pop Idol (*girlgroup*) yang sangat berpengaruh. Hal tersebut juga dikarenakan, ada fans yang datang menggunakan hanbok modern lalu pengen coba *makeup* Jennie di konser. Bahkan banyak fans-fans yang merasa PCD (*Post Concert Depression*), dimana banyak yang merasa ingin nonton lagi konser tersebut karena *enjoy* dengan lagu-lagunya. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa suksesnya konser tersebut di Indonesia, orang-orang merasa tidak terganggu dengan bahasa Korea dari lagu-lagu *BLACKPINK*, yang ada hanyalah banyak penonton *enjoy* dengan setiap penampilan demi penampilan yang dibawakan oleh *BLACKPINK*. Serta keberagaman *outfit* dari *BLACKPINK* yang dibuat lebih modern yang walaupun menyertakan nilai-nilai budaya, tidak membuat penonton merasa terganggu namun yang ada penonton suka karena mereka tampil menarik serta cantik dengan *outfit* tersebut.

⁹⁵ Winda, "5 Venue Konser dengan Kapasitas Terbesar di Indonesia", <https://www.loket.com/blog/5-venue-konser-terbesar-di-indonesia>

5. Dampak Ekonomi dari Konser Born Pink di Jakarta terhadap perekonomian negara Indonesia

Konser Born Pink di Jakarta yang telah diselenggarakan pada 11-12 Maret 2023 di Jakarta dengan total jumlah penonton mencapai 70 ribu orang menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Uno. Dimana dari konser *BLACKPINK* tersebut rata-rata harga tiket senilai Rp 2.691.666 yang jikalau dijumlah penjualan tiket konser selama 2 hari berturut-turut, ini mencapai sekitar Rp 376,83 miliar. Selain itu, hal ini juga menguntungkan bagi para pedagang yang ada disekitar venue dimana menjual berbagai aksesoris mulai dari harga Rp 20.000 hingga ratusan ribu. Diketahui, pada hari pertama konser *BLACKPINK* tersebut para pedagang tersebut berhasil menjual sebanyak 400 item aksesoris.⁹⁶ Sektor perhotelan juga diuntungkan, menurut Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) bahwa kehadiran *BLACKPINK* membuat okupansi hotel di Jakarta mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan keterisian kamar di hotel sekitar SUGBK dan Jalan Sudirman rata-rata mencapai 80%. The Sultan Hotel & Residence Jakarta bahkan mencatat bahwa lonjakan okupansi hingga 98%. Pihak pengelola SUGBK juga berkah dimana mereka mendapatkan sekitar Rp 10 miliar sebagai sewa *venue* sejak 2 Maret hingga 14 Maret.⁹⁷ Oleh sebab itu, hal ini tentu berdampak pada perekonomian masyarakat hingga menciptakan multiplier effect, seperti yang dikatakan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, bahwa acara kreatif seperti konser music perlu didukung yang dapat membawa berkah ekonomi dan lapangan pekerjaan untuk UMKM disekitar Kawasan GBK. Melihat hal tersebut, ini makin menguatkan peran *BLACKPINK* sebagai actor non negara yang dengan kekuatannya bukan hanya citra dari budaya yang mereka pancarkan. Namun, dapat mempengaruhi sektor lainnya yaitu dalam bidang ekonomi terhadap negara Indonesia melalui konsernya yang diselenggarakan salah satunya di Indonesia.

⁹⁶ Sandy. Kunthi Fahmar, "*Total Pendapatan Konser BLACKPINK di Jakarta Capai Rp 376,83 miliar*", diakses dari <<https://www.idxchannel.com/ecotainment/total-pendapatan-konser-Blackpink-di-jakarta-capai-rp37683-miliar#:~:text=Total%20Pendapatan%20Konser%20BLACKPINK%20di%20Jakarta%20Capai%20Rp376%2C83%20Miliar>>

⁹⁷ Cara. Chrisna Chanis, "*Perputaran Uang Raksasa di Balik Konser BLACKPINK*", diakses dari <<https://www.trenasia.com/perputaran-uang-raksasa-di-balik-konser-Blackpink>>

4.4.1 Analisa Peneliti

Setelah melihat fenomena konser *BLACKPINK* Born Pink tersebut, bahwa terbukti *BLACKPINK* salah satu aktor non-negara Korea Selatan yang menjadi K-Pop Idol (*girlgroup*) yang sangat berpengaruh di Indonesia dimana Konser keduanya *BLACKPINK* yaitu Born Pink World Tour 2023 di Jakarta sebagai *milestone*. Dari *BLACKPINK* kita dapat melihat, kesuksesan *BLACKPINK* dalam meraih perhatian publik dengan karya-karyanya yang fenomenal. Dimana didukung juga oleh mereka berasal dari agensi besar yaitu YG Entertainment dimana menjadi *girlgroup* kedua setelah 2NE1 (yang sukses juga), kemudian kemampuan atau talenta *BLACKPINK*, dan bahasa yang dikuasai oleh member *BLACKPINK* (Korea, Inggris, Thailand, Jepang, dan Perancis) yang memberikan kesan internasional sehingga *BLACKPINK* dapat lebih menggaet *attention* dunia maupun Indonesia. Serta dengan melakukan kolaborasi dengan musisi dunia yang membuat *BLACKPINK* semakin dilirik. Sehingga, *BLACKPINK* juga mempunyai power dalam hal tersebut yang jarang dimiliki oleh artis Korea lainnya. Selain itu, dari kesuksesannya melalui musik K-Pop utamanya, *BLACKPINK* telah sukses mengadakan konser virtualnya pada tahun 2021 dikarenakan pandemi yang sudah disiapkan sejak lama, dimana Indonesia salah satu negara dengan penonton yang mendominasi dalam konser tersebut. Hal tersebut, semakin membuat Blink tidak sabar dan antusias di konser kedua yaitu Born Pink tersebut.

Jika demikian, *BLACKPINK* telah memperlihatkan kesuksesannya sebagai salah satu aktor non negara dalam penyebaran budaya Korea Selatan di Indonesia. Hal ini dibuktikan dalam sebuah teori diplomasi budaya menurut Cynthia Schneider terdapat aspek penting dalam diplomasi budaya yaitu harus menggambarkan dan menjelaskan beberapa aspek dari *values*, *audiens*, serta *environment*. Terkait hal tersebut melalui *BLACKPINK* telah menggambarkan *values* dari sebuah negara Korea Selatan melalui musik hingga fashionnya, yang jika dilihat baik secara langsung maupun tidak telah menampilkan budaya Korea Selatan mulai dari unsur-unsur budaya dari M/V, kostum panggung, syair dimana telah menggunakan bahasa Korea dimana dari semuanya itu telah menggambarkan *values* dari negara Korea Selatan. Sehingga hal tersebut menjadi perhatian publik atau *audiens* dan bahkan dalam hal ini adanya penerimaan terbukti dari pencapaian-pencapaian *BLACKPINK* terlebih dari How

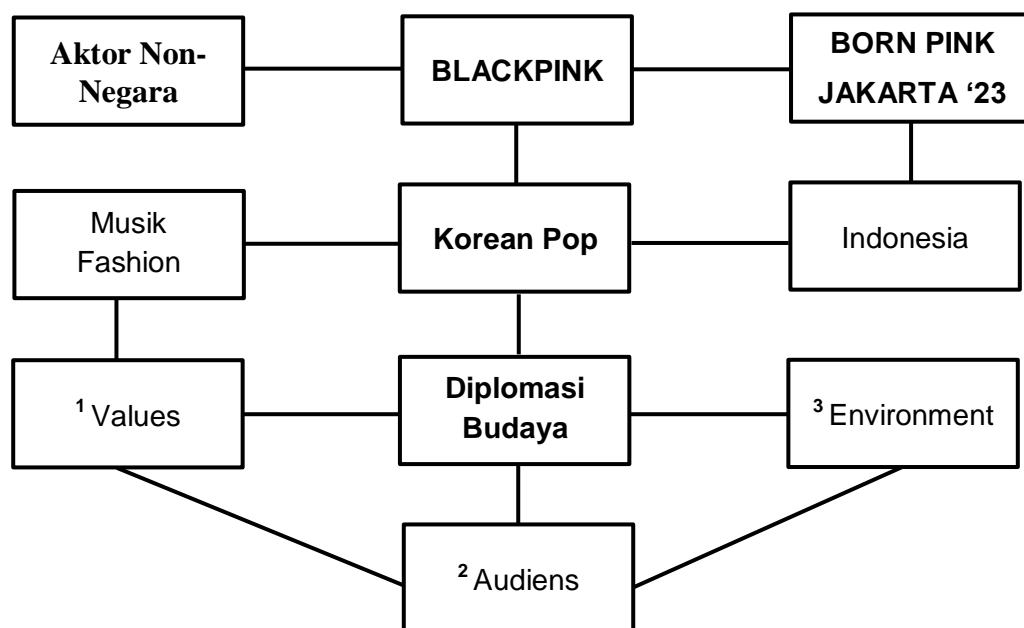
You Like That serta Pink Venom dimana dalam 2 karya tersebut menampilkan secara terang-terangan terhadap budaya Korea Selatan.

Selain itu, hal tersebut diwujudkan dalam konser Born Pink dimana selama *tour* dunianya menampilkan karya-karya tersebut di berbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Sehingga *audiens* pun dapat menonton karya-karya tersebut secara *live* pada konsernya. Lalu, dalam *environment*, kita melihat budaya konsumsi karya *BLACKPINK* di Indonesia baik banyak yang *cover dance*, menikmati musiknya, hingga menggunakan hanbok sebagai representasi dari bagaimana pengaruh diplomasi yang dilakukan *BLACKPINK* dalam budaya Korea Selatan di Indonesia. Maka dari itu, peneliti melihat bahwa *BLACKPINK* terbukti telah melakukan secara tidak langsung diplomasi budaya dimana dalam hal ini mereka sebagai bagian dari Aktor Non-Negara melalui karya-karya yang baik langsung maupun tidak menampilkan budaya ataupun nilai-nilai Korea Selatan di Indonesia. Menurut peneliti, hal tersebut dibuktikan dalam konser Born Pink di Jakarta yang telah menggunakan SUGBK sebagai tempat terselenggarakannya konser tersebut, yang jika dibandingkan dengan artis K-Pop lainnya yang sudah datang mereka hanya datang konser di ICE BSD serta Stadion Madya GBK dimana dari kapasitas sudah jauh berbeda. Selain itu, peneliti melihat dengan maraknya yang datang dari berbagai kalangan pada konser tersebut telah mengindikasikan bahwa *BLACKPIK* melalui karyanya tersebut telah mempengaruhi Masyarakat, sehingga menjadi demam *BLACKPINK* yang membawa pertanyaan, siapa yang tidak kenal *BLACKPINK*? Karena semua kalangan baik anak-anak hingga orang dewasa pun datang dalam konser tersebut.

Hal ini juga didukung pada sebuah jurnal penelitian yang ditulis oleh Aji Adira Fadia Putri Padmo, Achbil Khumaini, Adityamas Perdana serta Muhammad Aria Senna yang menjelaskan bahwa K-Pop merupakan sebuah alat diplomasi Korea Selatan dengan berbagai konteks, data serta fakta yang dipaparkan dalam penelitian tersebut. Dimana dalam praktiknya membawa manfaat bagi Korea Selatan dan memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan yang mengarah pada kondisi politik domestik, kondisi ekonomi dan militer serta konteks Internasional, yang dijelaskan dalam penelitian tersebut. Selanjutnya, pada peneltian sebelumnya yang ditulis oleh Argista Ayu Febriani dimana dalam penelitiannya menjelaskan peran dari penggunaan K-Pop sebagai Diplomasi

Budaya Korea Selatan dengan Korea Utara untuk mengurangi ketegangan dari kedua negara tersebut. Dimana dalam hal tersebut, menampilkan konser seni music yang mana mendapat banyak perhatian media internasional. Oleh karena itu, keberadaan K-Pop merupakan salah satu instrument yang dapat menjadi alat dalam kegiatan diplomasi hingga menurunkan ketegangan negara-negara dalam system dunia internasional.

Sebagai bahan pertimbangan untuk dikemudian hari, bahwa salah satu bentuk dari dunia diplomasi yang makin beragam dan semakin spesifiknya dalam pembaruan praktek tersebut. Ada kalanya hal ini dijadikan sebagai Diplomasi K-Pop sehingga dalam penelitian-penelitian selanjutnya, hal ini menjadi sasaran yang lebih nyata dan spesifik dalam praktek diplomasi yang beragam seiring berkembangnya waktu. Dimana dalam melihat hal ini, K-Pop untuk saat ini sebagai sebuah fenomena global yang mempengaruhi berbagai aspek dari sebuah negara.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada putaran globalisasi yang terus berkembang, mengakibatkan adanya perubahan aktor dalam dunia internasional. Perubahan aktor tersebut telah mengakibatkan pergeseran peranan yang sifatnya kelompok ataupun organisasi hingga Individu kemudian menjadi aktor yang berpengaruh. Dimana dalam hal ini, disebut sebagai Aktor Non-Negara yang mana keberadaan Aktor Non-Negara sendiri semakin kesini telah menampilkan kontribusinya terhadap tatanan dunia internasional. Maka dari itu, tidak heran Aktor Non-Negara dapat dikatakan sebagai salah satu aktor yang berpengaruh dan memberikan dampak lebih secara global hingga dalam menyebarkan budaya dalam suatu negara. Seperti yang nampak pada peran serta kontribusi *BLACKPINK*.

Keberadaan *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara telah menunjukkan eksistensi serta pengaruhnya dalam dunia tatanan internasional. Hal tersebut terbukti melalui dampak yang diberikan *BLACKPINK* serta pengaruhnya terhadap *fans* maupun *non-fans* yang secara tidak langsung telah berperan dalam menyebarkan budaya Korea Selatan dalam karya-karyanya. *BLACKPINK* sebagai *girlgroup* telah menunjukkan kekuatan serta prestasinya sebagai salah satu artis K-Pop yang sukses dengan segudang prestasi melalui musik K-Pop sebagai bagian dari budaya mereka sebarakan hingga belahan dunia yaitu melalui K-Pop. *BLACKPINK* dalam perjalanan mulai dari *debut* hingga saat ini, telah memenangkan penghargaan bahkan mencetak rekor dunia dalam karya-karyanya serta kolaborasi dengan artis dunia lainnya, baik penghargaan local maupun internasional.

Oleh sebab itu, segudang prestasinya tersebut, telah menunjukkan bahwa *BLACKPINK* mempunyai dampak yang besar terhadap *global* bahkan dinobatkan sebagai *Entertainer of The Year 2022* bahkan itu merupakan salah satu dari banyaknya prestasi yang mereka dapatkan. Hal ini kemudian menjadi sebuah fenomena dimana dalam karya-karyanya tersebut telah menggaet unsur-unsur kebudayaan Korea Selatan baik dalam musik hingga *fashion* dimana dalam hal ini tergabung dalam Korean Pop atau yang sering dikenal yaitu K-Pop. Kepopularitasan *BLACKPINK* telah menjadi fenomena sehingga kebudayaan Korea Selatan tersebut dapat dikenal dan memberikan dampak terhadap

pengenalan budaya Korea Selatan di seluruh penjuru dunia salah satunya Indonesia.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan penggemar K-Pop yang tinggi dimana salah satunya yaitu dari *BLACKPINK*. Maka tidak heran aktivitas atau bahkan budaya yang diterima oleh Indonesia tersebut telah mempengaruhi secara sadar atau tidak sadar pada *lifestyle* Masyarakat Indonesia. Maka dengan popularitas *BLACKPINK* di Indonesia telah menghantarkan penerimaan terhadap budaya Korea Selatan di Indonesia. Dimana dalam hal ini, *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara melalui K-Pop (music dan fashion) telah diadopsi di Indonesia sehingga karya-karya *BLACKPINK* tersebut, Indonesia menjadi salah satu negara penikmat musik *BLACKPINK* yang kemudian telah diungkapkan melalui fakta dan data yang telah dipaparkan. Aktivitas konsumsi budaya Masyarakat Indonesia terhadap karya *BLACKPINK* telah menjadi fenomena di Indonesia yang merujuk pada dunia *fashion* dimana seperti yang telah disebutkan bahwa, dalam karya-karya *BLACKPINK* telah menggambarkan budaya-budaya Korea Selatan, yang mana dengan hal tersebut Masyarakat tidak merasa asing bahkan tidak langsung menolak karya tersebut. Namun, berubah menjadi sebuah *trend* di Indonesia, yang berarti Indonesia secara tidak langsung ,menyukai atau bahkan mencintai karya-karya *BLACKPINK* tersebut. Sebab itu, *BLACKPINK* telah menjadi pemangku peran dalam melakukan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia.

Hal tersebut kemudian terbukti pada meriah dan antuasinya Masyarakat Indonesia dalam menyaksikan konser *BLACKPINK* yang bertajuk BORN PINK pada 11-12 Maret 2023 yang lalu, dimana konser tersebut sebagai bagian dari World Tour keduanya yang masih sementara dilaksanakan termasuk telah diselenggarakannya di Indonesia. Dimana dalam konser tersebut, cukup berbeda dengan konser pertama mereka yang diselenggarakan di Indonesia juga pada tahun 2019 yang lalu, mulai dari *venue* hingga *jumlah penonton*. Pada konser tersebut bukan hanya Blink yang hadir, namun para artis hingga influencer pun turut hadir dalam menyaksikan konser tersebut. Kehebohan dalam konser tersebut sangatlah dirasakan oleh seluruh Masyarakat Indonesia bukan hanya yang pergi, namun berdampak juga terhadap Masyarakat Indonesia yang tidak pergi karena maraknya aktivitas di media sosial yang menampakkkan meriahnya konser tersebut. Selain itu, banyak dari Blink juga yang hadir menggunakan

atribut bernuansa Black dan Pink sebagai representasi grup *BLACKPINK*, bahkan menggunakan atribut bernuansa budaya Korea Selatan sebagai dampak yang dilakukan *BLACKPINK* melalui karya-karyanya tersebut. Bahkan secara tidak langsung dengan banyaknya yang hadir dalam konser tersebut, telah merepresentasikan budaya Korea Selatan melalui musik yang diberikan *BLACKPINK* dimana didalam musiknya tersebut menggaet unsur-unsur budaya Korea Selatan yaitu bahasa serta aransemen dari music tradisional Korea Selatan, yang membuat Masyarakat Indonesia sendiri menyukainya dan terinspirasi.

Maka dari itu, *BLACKPINK* sebagai Aktor Non-Negara telah berhasil dalam ikut berperan dalam melakukan aktivitas diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia, yang melalui karya-karya K-Pop tersebut dipadukan dalam sebuah konser BORN PINK. Sehingga, terbukti dari meriah dan banyaknya antusias dari Masyarakat Indonesia melalui konser BORN PINK Jakarta 2023.

5.2 Saran

Dari penelitian yang berjudul *Pengaruh Kekuatan Girlgroup BLACKPINK Dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia, Studi Kasus Perbandingan Konser BLACKPINK Tahun 2019 dan 2023 di Jakarta*. Peneliti menarik saran, sebagai berikut :

1. Melihat potensi dari sebuah aktor dalam hal ini aktor non-negara. Kita dapat mengambilnya sebagai salah satu jalan dalam mencapai sebuah tujuan negara dan membantu membangun *image* yang baik dari suatu negara.
2. Menggali potensi dari sebuah aktor seperti misalnya penyanyi solo maupun *group* yang dimiliki oleh suatu negara sebagai power dalam menjalankan peran yang secara tidak langsung memperkenalkan budaya dan identitas yang dimiliki oleh sebuah negara
3. Mendukung potensi-potensi sebagai upaya kerjasama dalam mewujudkan kepentingan sebuah negara dapat tercapai, dimana dalam hal ini keberadaan artis dsb mempunyai keberadaan yang penting dalam membangun sebuah *image* sebuah negara.

Adapun saran lainnya yaitu, Peneliti sadar banyaknya kekurangan dalam Skripsi ini baik secara data maupun Analisa. Untuk itu, dalam penelitian selanjutnya agar lebih *proper* lagi untuk kedepannya dalam mempersiapkan semuanya agar tidak keburu waktu, dsb.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Baylis, J., & Smith, S. (2001). *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. New York: Oxford University Press.

Jurnal :

Alam. Syarif, "Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Diplomasi Modern Departemen Luar Negeri RI", hal.4, <<https://isip.usni.ac.id/jurnal/9%20Syafiril%20Alam.pdf>>

Ariesta, Marlin. (2022). The Role of K-Pop as a Chance of Soft Diplomacy With Indonesia (Peranan K-Pop Sebagai Salah Satu Peluang dalam Soft Diplomasi Terhadap Indonesia). <https://www.researchgate.net/publication/364344962_The_Role_of_K-Pop_as_a_Chance_of_Soft_Diplomacy_With_Indonesia_Peranan_K-Pop_Sebagai_Salah_Satu_Peluang_dalam_Soft_Diplomasi_Terhadap_Indonesia>

Assabil. Qonita, Triyatno. Agung, "Diplomasi Budaya Korea Selatan & K-Pop Pada 2021", diakses dari <<https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jspp/article/download/1401/95>>

Beatrix E.D. Sendow, Michael Mamentu, F.R.D Rengkung. KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREA SELATAN DI INDONESIA. <<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/download/30494/29372>>

Safat. Ayu, Bachtiar. Farahdiba, Zainal, Nur, "Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan", diakses dari <<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/voxpathuli/article/view/33559>>

Setiadi, Efan. "Pengaruh Globalisasi Dalam Hubungan Internasional". <<https://isip.usni.ac.id/jurnal/JURNAL-1%20EFAN%20FISIP-HI%20OK.pdf>>

S. Alam, A. Nyarimun. (2017). MUSIK K-POP SEBAGAI ALAT DIPLOMASI DALAM SOFT POWER KOREA SELATAN, Vol 3(1). <<https://isip.usni.ac.id/jurnal/5%20Syafiril%20Alam%20dan%20Angrasia%20Jenifer%20Nyarimun.pdf>>

T. Venna, H. Haqiqi, H. Wijayanti. (2022). Dinamika K-Pop sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan, Vol 6(1). <<https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/7248/4582>>

Dokumen :

Admin, Universitas Muhammadiyah Malang, diakses dari

<<https://eprints.umm.ac.id/36874/3/jiptumpp-gdl-onerifcaan-50356-3-babii.pdf>>

Admin, Universitas Muhammadiyah Ponorogo,
<<http://eprints.umpo.ac.id/5921/2/BAB%20I.pdf>>

Admin, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, diakses dari
<<https://etd.umy.ac.id/id/eprint/1681/4/Bab%20I.pdf>>

Admin, “*Gambaran Mengenai Budaya Populer, Korean Pop (K-Pop), dan Tayangan Variety Show Running Man*”, diakses dari
<http://eprints.undip.ac.id/60119/3/BAB_II.pdf>, diakses pada tanggal 22 Maret 2023

Etikasari. Yulia, 2018, “*KONTROL DIRI REMAJA PENGGEMAR K-POP (K-POPER) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta)*”, diakses dari
<https://eprints.uny.ac.id/61948/1/YULIA%20ETIKASARI_13104241053.pdf>

Leonardo, “*DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN INDONESIA*”, diakses dari
<<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/gps/article/download/1997/1343>>, diakses pada tanggal 25 Maret 2023

Lubis, M. Rizki Dailami, (Februari 2017), “*Diplomasi Budaya Indonesia Dalam Kejuaraan Sepeda Internasional (Tour De Ijen) Di Banyuwangi*”

M. Rizki Dailami Lubis, “*DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM KEJUARAAN SEPEDA INTERNASIONAL (TOUR DE IJEN) DI BANYUWANGI*”, diakses dari
<<https://media.neliti.com/media/publications/117403-ID-diplomasi-budaya-indonesia-dalam-kejuara.pdf>>, diakses pada tanggal 02 April 2023

Razaak. Aldinna, 2023, “*PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM DIPLOMASI BUDAYA K-POP MELALUI KOREAN IDOL GRUP BANGTAN SONYEONDAN*”, diakses dari <<https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2139/>>, diakses pada tanggal 05 April 2023

Zulkarnain. Astrid, 2022, “*PENGARUH IDOL K-POP NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT) TERHADAP DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DI ERA DIGITAL*”, diakses dari
<http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/24108/2/E061181005_skripsi_bab%201-2.pdf>, diakses pada 14 April 2023

Website :

Admin, Mei 2021, “*Mengenal Analisis Konten dalam Analisis Data Kualitatif*”, diakses dari <<https://dqlab.id/mengenal-analisis-konten-dalam-analisis-data-kualitatif>>, diakses pada tanggal 10 Mei 2023

Admin, Juli 2020, “*BLACKPINK Rangkul Budaya Tradisional Korea dalam M/V*”

- How You Like That*”, diakses dari <<https://www.solotrust.com/read/29726/BLACKPINK-Rangkul-Budaya-Tradisional-Korea-dalam-M/V-How-You-Like-That>>, diakses pada tanggal 11 Mei 2023
- Admin, “*BLACKPINK Awards History*”, diakses dari <<https://kprofiles.com/blackpink-awards-history/>>
- Admin, “*BLACKPINK Jadi Girl Group K-Pop terfavorit di Indonesia*”, <<https://dataindonesia.id/ragam/detail/BLACKPINK-jadi-girl-group-K-Pop-terfavorit-di-indonesia>>
- Admin, “*Konser di Indonesia, Ini Dia Perjalanan Karir Blackpink*”, diakses dari <<https://www.youngontop.com/konser-di-indonesia-ini-dia-perjalanan-karir-BLACKPINK>>
- Admin, “*Perjalanan Karir Blackpink menjadi Girl Group Korea Selatan yang Mendunia*”, diakses dari <<https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/perjalanan-karir-Blackpink-menjadi-girl-group-korea-selatan-yang-mendunia/>>
- Admin, “*Perkenalkan Budaya Tradisional Korea Lewat ‘Pink Venom’, Blackpink Tuai Pujian*”, diakses dari <<https://selebtek.suara.com/read/2022/08/19/060600/perkenalkan-budaya-tradisional-korea-lewat-pink-venom-BLACKPINK-tuai-pujian>>
- Admin, “*Tentang Korea*”, diakses dari <<https://id.korean-culture.org/id/1025/korea/672>>
- Alifah. Nabila Nur, “*Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*”, diakses dari <<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-K-Pop-terbanyak-di-dunia-6w71>>
- Alis Karain, Juli 2020, “*Apa yang dimaksud dengan Diplomasi Budaya*”, diakses dari <<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-diplomasi-budaya/126087/4>>, diakses pada tanggal 23 April 2023
- Anjani. Rahmi, “*Mengenal Pink Panda, Grup Dance Cover Blackpink dari Indonesia yang Trending*”, <<https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5110964/mengenal-pink-panda-group-dance-cover-BLACKPINK-dari-indonesia-yang-trending>>
- Annur. Cindy Mutia, “*Blackpink, Musisi dengan Jumlah Subscriber Terbanyak di YouTube*”, diakses dari <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/Blackpink-musisi-dengan-jumlah-subscriber-terbanyak-di-youtube>>
- Asih. Ratnaning, “*Instagram Blackpink digeruduk Fans Sepak Bola Buntut Penundaan Liga Persija Vs Persib di GBK, Blink Pasang Badan*”, <<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5223061/instagram-BLACKPINK-digeruduk-fans-sepak-bola-buntut-penundaan-liga-persija-vs-persib-di-gbk-blink-pasang-badan>>
- Cara. Chrisna Chanis, “*Perputaran Uang Raksasa di Balik Konser BLACKPINK*”, diakses dari <<https://www.trenasia.com/perputaran-uang-raksasa-di-balik-konser-Blackpink>>

Christa. Agnes Valentina, “Meriahkan Konser Blackpink, Begini Antusias Blink dari

Outfit *hingga* *Atribut*”,
 <<https://www.beritasatu.com/lifestyle/1032084/meriahkan-konser-BLACKPINK-begini-antusias-blink-dari-outfit-hingga-atribut>>

Dihni. Vika Azkiya, “Ini 10 Girlband K-Pop Favorit Orang Indonesia Menurut survei

KIC-Zigi”, <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/ini-10-girlband-K-Pop-favorit-orang-indonesia-menurut-survei-kic-zigi>>

Eki Ariani. Tiara, Agustus 2022, “Mengenal Born Pink World Tour, Konser *BLACKPINK* di 28 Kota”, diakses dari <<https://www.celebrities.id/read/mengenal-born-pink-world-tour-konser-BLACKPINK-di-28-kota-ID286A>>, diakses pada tanggal 11 Mei 2023

Ezra. Rendy, “*Blackpink Jakarta Concert: Insights For Concert/Event Organizers*”,

<<https://www.radarr.com/blog/BLACKPINK-jakarta-concert-insights-for-concert-event-organizers/>>

Fandom, “*ABOUT BLACKPINK*”, diakses dari <<https://blackpink.fandom.com/wiki/BLACKPINK>>

Fandom, “*BLACKPINK: AS IF IT’S YOUR LAST*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/As_If_It%27s_Your_Last>

Fandom, “*BLACKPINK: BORN PINK*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Born_Pink>

Fandom, “*BLACKPINK: HOW YOU LIKE THAT*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/How_You_Like_That>

Fandom, “*BLACKPINK: ICE CREAM*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Ice_Cream>

Fandom, “*BLACKPINK: KILL THIS LOVE (EP)*”, diakses dari <[https://blackpink.fandom.com/wiki/Kill_This_Love_\(EP\)](https://blackpink.fandom.com/wiki/Kill_This_Love_(EP))>

Fandom, “*BLACKPINK: KISS AND MAKE UP*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Kiss_and_Make_Up>

Fandom, “*BLACKPINK: SOUR CANDY*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Sour_Candy>

Fandom, “*BLACKPINK: SQUARE ONE*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Square_One>

Fandom, “*BLACKPINK: SQUARE UP*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Square_Up>

Fandom, “*BLACKPINK: SQUARE TWO*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Square_Two>

Fandom, “*BLACKPINK: PINK VENOM*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/Pink_Venom>

Fandom, “*BLACKPINK: THE ALBUM*”, diakses dari <https://blackpink.fandom.com/wiki/The_Album>

pink.fandom.com/wiki/The_Album>

Fandom, “*List of Awards and Nominations*”, diakses dari <https://black-pink.fandom.com/wiki/List_of_Awards_and_Nominations>

Fandom, “*SEVENTEEN WORLD TOUR ‘BE THE SUN’*”, diakses dari <https://carat.fandom.com/wiki/SEVENTEEN_WORLD_TOUR_%27BE_THE_SUN%27>

Fibria. Dinda, “*Daftar Top 10 Artis Korea Paling Streaming di Spotify Sepanjang Masa Buat KNetz Kagum*”, diakses dari <<https://www.K-Popchart.net/k-update/9169160700/daftar-top-10-artis-korea-paling-banyak-streaming-di-spotify-sepanjang-masa-ini-buat-knetz-kagum-bts-king>>

Gracia. Aurelia, “*‘Giveaway’ Tiket Konser Blackpink Ada Aroma Perlibatan Fandom K-pop Jelang Pemilu 2024*”, <<https://magdalene.co/story/gerindra-giveaway-tiket-konser-BLACKPINK>>

Hariani. Aprilia, “*Indonesia Salah Satu Negara Tujuan Ekspor Album K-Pop Terbanyak*”, <<https://www.pajak.com/ekonomi/indonesia-salah-satu-negara-tujuan-ekspor-album-K-Pop-terbanyak/>>

Larissya. Lintang, “*Jisoo Pakai Aksesoris Ini di Visual Filmnya, Jawab Rumor dari Fans?*”, diakses dari <<https://yoursay.suara.com/entertainment/2023/03/24/083523/jisoo-pakai-aksesoris-ini-di-visual-filmnya-jawab-rumor-dari-fans>>

Longley. Robert, Juli 2022, “*What Are Non-State Actors?*”, diakses dari <<https://www.thoughtco.com/non-state-actors-5443123>>, diakses pada tanggal 12 Mei 2023

Maharani. Inessia Nabila, “*Ini Gaya Outfit yang Dipakai BLACKPINK Saat BORN PINK in Jakarta Day1, Lisa Tampil Swag Pake Outfit Ini!*”, <<https://www.hallyuvibe.com/fashion/6767961683/ini-gaya-outfit-yang-dipakai-BLACKPINK-saat-born-pink-in-jakarta-day-1-lisa-tampil-swag-pake-outfit-ini?page=2>>

Mawandili. Risno, “*BLACKPINK Kenalkan Budaya Korea Lewat Lagu Pink Venom, Album BORN PINK Terjual 1,5 Juta Kopi*”, diakses dari <<https://sultra.tribunnews.com/2022/08/18/BLACKPINK-kenalkan-budaya-korea-lewat-lagu-pink-venom-album-born-pink-terjual-15-juta-kopi>>

Molina. Elias & Jihae. Lee, 2021, “*BLACKPINK menetapkan tanda K-Pop dengan video pertunjukan tari*”, diakses dari <<https://id.korean-culture.org/id/2/board/231/read/106180>>, diakses pada tanggal 11 Mei 2023

Mukti. Dian Shinta, “*Gunakan Hanbok Modern dan Gaya Rambut Tradisional, Jisoo Blackpink Disebut sebagai ‘Miss Korea’*”, diakses dari <<https://wow.tribunnews.com/2022/08/22/gunakan-hanbok-modern-dan-gaya-rambut-tradisional-jisoo-BLACKPINK-disebut-sebagai-miss-korea?page=2>>

Naila Amalia, April 2020, “*Apa yang dimaksud dengan Diplomasi Budaya*”,

diakses dari <<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-diplomasi-budaya/126087/2>>, diakses pada tanggal 23 April 2023

Permata Hati. Indah, November 2021, "*Sejarah Terbentuknya BLACKPINK dan Fakta Menarik yang Jarang Diketahui*", diakses dari <<https://hypeabis.id/read/18540/sejarah-terbentuknya-BLACKPINK-dan-fakta-menarik-yang-jarang-diketahui-simak-yuk>>, diakses pada tanggal 10 Mei 2023

Pertiwi. Salsabila Putri, "*Hallyu yang Mendunia, Kepoin Sejarah Korean Wave Jadi*

Fenomenal Global | Yeobun Festival", diakses dari <<https://cewekbangget.grid.id/read/063533534/Hallyu-yang-mendunia-kepoin-sejarah-korean-wave-jadi-fenomena-global-yeobun-festival?page=all>>

Polina, "*K-STYLE: How BLACKPINK Promotes Korean Culture Through Modernized Hanboks*", diakses dari <<https://www.whattheK-Pop.com/2020/09/29/k-style-how-BLACKPINK-promotes-korean-culture-through-modernized-hanboks/>>

Pratama. Yoga, Mei 2020, "*Sebuah Seni Untuk Mengapresiasi Musik K-Pop*", diakses dari <<https://www.cultura.id/sebuah-seni-untuk-mengapresiasi-musik-K-Pop>>, diakses pada tanggal 13 Mei 2023

Puspita, Luffiani Gina. "*Sedang Trend! Fenomena Korean Wave atau Hallyu di Indonesia*". <<https://vocasia.id/blog/apa-itu-korean-wave/>>

Rashid, Salma. Wangare, Jackline. "*Top 20 most popular K-Pop groups in the world - which is the most famous band?*", diakses dari <<https://briefly.co.za/110421-top-10-popular-K-Pop-groups-world-famous-band.html>>

Rifaih. Putri, "*Konser BLACKPINK di Jakarta: Pengalaman Tak Terlupakan*", diakses dari <<https://edufund.co.id/blog/konser-BLACKPINK>>

Ryal. Julian, "*Korea Selatan ingin Dunia Belajar Bahasa Korea dengan K-Pop*", diakses dari <<https://www.dw.com/id/korea-selatan-ingin-dunia-belajar-bahasa-korea-dengan-K-Pop/a-55216509>>

Sandy. Kunthi Fahmar, "*Total Pendapatan Konser BLACKPINK di Jakarta Capai Rp 376,83 miliar*", diakses dari <<https://www.idxchannel.com/ecotainment/total-pendapatan-konser-Blackpink-di-jakarta-capai-rp37683-miliar#:~:text=Total%20Pendapatan%20Konser%20BLACKPINK%20di%20Jakarta%20Capai%20Rp376%2C83%20Miliar>>

Sari. Triyas Purnama, "*Pemerintah Korea Selatan Nobatkan BTS dan BLACKPINK*

sebagai Artis K-Pop Internasional Paling Populer", diakses dari <<https://www.kilat.com/hiburan/8447959766/pemerintah-korea-selatan-nobatkan-bts-dan-BLACKPINK-sebagai-artis-K-Pop-internasional-paling-populer>>

Sukma. Elsa Hayati, “*Ini 5 lagu Blackpink yang Terkenal, Banyak Dinyanyikan Fans dan Non Fans*”, <<https://lifestyle.bisnis.com/read/20230311/254/1636293/ini-5-lagu-BLACKPINK-yang-terkenal-banyak-dinyanyikan-fans-dan-non-fans#:~:text=Lagu%20Pink%20Venom%20dan%20Shut,banyak%20disukai%20di%20seluruh%20dunia>>

Statista Research Department, Oktober 2022, “*Number of views on YouTube videos by K-Pop group BLACKPINK during the previous year as of March 2022, by country*”, diakses dari <<https://www.statista.com/statistics/1295220/south-korea-BLACKPINK-youtube-views-by-country/#:~:text=As%20of%20March%202022%2C%20the,acts%20both%20domestically%20and%20internationally>>, diakses pada tanggal 15 Mei 2023

Statista Research Departement, “*Number of Views on YouTube videos by K-Pop group BLACKPINK over the past 12 monts as pof August, by country (in millions)*”, <<https://www.statista.com/statistics/1295220/south-korea-BLACKPINK-youtube-views-by-country/>>

Tesalonika. Christine, “*BLACKPINK Hadirkan Elemen Tradisional Korea Selatan di Panggung Coachella 2023*”, <<https://www.grid.id/read/043763259/Blackpink-hadirkan-elemen-tradisional-korea-selatan-di-panggung-coachella-2023?page=all>>

Winda, “*5 Venue Konser dengan Kapasitas Terbesar di Indonesia*”, <<https://www.loket.com/blog/5-venue-konser-terbesar-di-indonesia>>

Yuri, “*Kenakan Hanbok dalam MV How You Like That, Hanbok Jadi Incaran Penggemar BLACKPINK di Seluruh Dunia*”, diakses dari <https://terkini.com/2020/06/30/kenakan-hanbok-dalam-M/V-how-you-like-that-hanbok-jadi-incaran-penggemar-BLACKPINK-di-seluruh-dunia/?hl=en_US>

Media Online :

Admin, Allkpop, “*BLACKPINK’s “IN YOUR AREA” world tour becomes the highest grossing K-pop girl group tour in history*” diakses dari <<https://www.allkpop.com/article/2020/02/blackpinks-in-your-area-world-tour-becomes-the-highest-grossing-k-pop-girl-group-tour-in-history>>

Admin, “*Bikin Bangga, Panggung Blackpink di Coachella Membawa Unsur Budaya Korea Selatan*”, diakses dari <<https://www.fimela.com/lifestyle/read/5264442/bikin-bangga-panggung-BLACKPINK-di-coachella-membawa-unsur-budaya-korea-selatan>>

Admin, “*Jisoo BLACKPINK Usung Budaya Korea Di Album Debut Solo Disorot Jurnal*”, diakses dari <<https://www.wowkoren.com/berita/tampil/00474949.html>>

Admin, Korea.net, “*Hallyu (Korean Wave)*”, diakses dari

<<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>>

Admin, "*Presiden Korea Selatan Moon Jae In Menyebutkan Pengaruh Global Dari*

Grup Idol Populer Seperti BTS dan BLACKPINK Serta Menyanjung Mereka Dalam Pidato Tahun Baru-Nya", diakses dari <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00347235.html#google_vignette>

Ananta. Jeremia Agung, "*Blackpink Sukses Tampil Memukau Sebagai Salah satu*

Penampil Utama di Coachella 2023, Wendy Red Velvet Ucapkan Rasa Bangga", <<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5262921/BLACKPINK-sukses-tampil-memukau-sebagai-salah-satu-penampil-utama-di-coachella-2023-wendy-red-velvet-ucapkan-rasa-bangga>>

Baskoro. Dinno, "*Gara-gara Jennie Blackpink, Quilt Bag Jadi Tren di Korea Selatan*", <<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/13/114634720/gara-gara-jennie-BLACKPINK-quilt-bag-jadi-tren-di-korea-selatan?page=all>>

Endriana. Herita, "*30 Grup K-Pop Gen 3 dengan Rilis lagu Terbanyak hingga Tersedikit*", diakses dari <<https://gensindo.sindonews.com/read/1109845/700/30-group-K-Pop-gen-3-dengan-rilis-lagu-terbanyak-hingga-tersedikit-1685113553#:~:text=Generasi%20ketiga%20K%2Dpop%20memang,banyak%20berbicara%20di%20pasar%20Asia>>

Feraldi. Muhammad, "*Totalitas Fan Demi Ketemu BLACKPINK di Konser: Pakai Hanbok*", <<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230311134549-227-923733/totalitas-fan-demi-ketemu-BLACKPINK-di-konser-pakai-hanbok>>

Fernandez. Christine, "*BLACKPINK Revealed Whose Decision It Was To Wear Hanboks In 'How You Like That'*", <<https://www.koreaboo.com/stories/Blackpink-revealed-decision-wear-hanboks/>>

Fibria. Dinda, "*Siap-siap! Kolaborasi Starbucks Korea Dengan BLACKPINK Akan Diluncurkan di Indonesia, Catat Tanggalnya*", <<https://www.k-popchart.net/k-update/9169369509/siap-siap-kolaborasi-starbucks-korea-dengan-BLACKPINK-akan-diluncurkan-di-indonesia-catat-tanggalnya>>

Hastutik. Renta Nirmala, "*Kapan Generasi K-Pop Ketiga Dimulai dan Bagaimana Perkembangannya?*", diakses dari <<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5142734/kapan-generasi-K-Pop-ketiga-dimulai-dan-bagaimana-perkembangannya>>

Hermawan, "*Lagu Jisoo BLACKPINK 'FLOWER' Menduduki Peringkat 6 Spotify, Rekor Tertinggi Artis Solo Wanita K-Pop*", diakses dari <<https://www.k-popchart.net/k-update/9168302764/lagu-jisoo-Blackpink-flower-menduduki-peringkat-6-spotify-rekor-tertinggi-artis-solo-wanita-k-pop>>

Insert, Desember 2023, "*Media Korea Soroti Lokasi Konser BLACKPINK di*

Indonesia”, diakses dari <<https://www.insertlive.com/korea/20221223111258-191-298921/media-korea-soroti-lokasi-konser-BLACKPINK-di-indonesia>>, diakses pada tanggal 05 Mei 2023

Insertlive, “*Siap Debut ke Korea, StarBe Ngaku Banyak terinspirasi dari BLACKPINK*”, <<https://www.insertlive.com/korea/20230731201221-191-315719/siap-debut-ke-korea-starbe-ngaku-banyak-terinspirasi-dari-BLACKPINK>>

Itsnaini. Faqihah Muharroroh, “*Pengalaman ke Pameran BLACKPINK Pertama di Jakarta, Kostum Asli*”, <<https://travel.kompas.com/read/2023/03/09/183637427/pengalaman-ke-pameran-BLACKPINK-pertama-di-jakarta-lihat-kostum-asli?page=all>>

Kompas.com, “*7 Fakta Kolaborasi Oreo x Blackpink yang Jarang diketahui*”, <<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/01/07/112900120/7-fakta-kolaborasi-oreo-x-BLACKPINK-yang-jarang-diketahui?page=all>>

Koreaboo, Agustus 2019, “*These Are The Top Ten Countries That Stream BLACKPINK The Most On YouTube*”, diakses dari <<https://www.koreaboo.com/lists/top-ten-countries-stream-BLACKPINK-youtube/>>, diakses pada tanggal 12 Mei 2023

Koreaboo, “*The Top 3 Times BLACKPINK Incorporated Their Culture Into Their Music-And Created a Huge Buzz*”, diakses dari <<https://www.koreaboo.com/lists/BLACKPINK-incorporate-culture-music-huge-buzz/>>

Kumparan, April 2023, “*Apa itu Coachella? Semua yang Perlu Kamu Tahu Ada di sini!*”, diakses dari <<https://kumparan.com/berita-terkini/apa-itu-coachella-semua-yang-perlu-kamu-tahu-ada-di-sini-20EhKW0TMrm#:~:text=Jadi%2C%20apa%20itu%20Coachella%3F,bulan%20April%20di%20setiap%20tahunnya>>, diakses pada tanggal 23 april 2023

Lee. Jamie, “*MISS SOHEE BRINGS FANTASY COUTURE TO LIFE WITH BLACKPINK’S JISOO, ARIANA GRANDE AND GIGI HADID*”, <<https://elle.com.sg/2022/12/21/miss-sohee-brings-fantasy-couture-to-life-with-BLACKPINKs-jisoo-ariana-grande-and-gigi-hadid/>>

Lova. Cynthia, “*Sederet Artis Nonton Konser BLACKPINK Bareng Anak, Ada Dian Sastro hingga Nia Ramadhani*”, <<https://www.kompas.com/hype/read/2023/03/14/115252366/sederet-artis-nonton-konser-BLACKPINK-bareng-anak-ada-dian-sastro-hingga?page=all>>

Meiniarista. Thalvya, “*Wow! Konser 'BORN PINK' BLACKPINK Raih Pendapatan Tertinggi Hingga Lampau Ariana Grande pada Tur Dunianya*”, diakses dari <[Wow! Konser 'BORN PINK' BLACKPINK Raih Pendapatan Tertinggi Hingga Lampau Ariana Grande pada Tur Dunianya - Kpop Chart](#)>

Nelsy KVIBES, “*Pemerintah Korea Umumkan BTS dan BLACKPINK sebagai Artis*”

K-Pop *Terpopuler di Dunia*”, <<https://news.kvibes.id/K-Pop/8717960067/pemerintah-korea-umumkan-bts-dan-BLACKPINK-sebagai-artis-K-Pop-terpopuler-di-dunia>>

Puspita Sari. Intan, Maret 2023, “*Nama BLACKPINK Terseret dalam Pengunduran*”

Diri Keamanan Nasional Korea Selatan, Kenapa?” diakses dari <<https://www.kompas.com/hype/read/2023/03/30/141548866/nama-BLACKPINK-terseret-dalam-pengunduran-diri-penasihat-keamanan-nasional>>, diakses pada tanggal pada 23 April 2023

Putri. Anisha Saktian, “*Perancang Hanbok Blackpink, Ungkapkan Member Terbaik*”

Mengenakan Pakaian Tradisional Korea”, diakses dari <https://www.fimela.com/fashion/read/4304059/perancang-hanbok-BLACKPINK-ungkapkan-member-terbaik-mengenakan-pakaian-tradisional-korea?hl=en_US>

Putri. Anisha Saktian, “*Melihat Lebih Dekat Busana Member Blackpink saat Konser dan Video Klip, Ukuran Baju Bikin Takjub*”, diakses dari <<https://www.fimela.com/fashion/read/5226130/melihat-lebih-dekat-busana-member-BLACKPINK-saat-konser-dan-video-klip-ukuran-bajunya-bikin-takjub>>

Putri. Aulia Mutiara, “*Tak Hanya untuk Bola, GBK Pernah Buat Konser 10 Artis Dunia*”, diakses dari <<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230306053121-128-419043/tak-hanya-untuk-bola-gbk-pernah-buat-konser-10-artis-dunia>>

Putri. Resha Febriyana, “*Jennie Blackpink Representasikan Tradisi Korea Lewat Outfitnya di BORN PINK World Tour*”, diakses dari <<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5140324/jennie-BLACKPINK-representasikan-tradisi-korea-lewat-outfitnya-di-born-pink-world-tour>>

PramborsFM, Feb 2023, “*50 Fakta Lengkap tentang BLACKPINK yang BLINK Wajib Tahu*”, diakses dari <<https://www.pramborsfm.com/entertainment/50-fakta-lengkap-tentang-BLACKPINK-yang-blink-wajib-tahu>>, diakses pada tanggal 08 Mei 2023

PramborsFM, Maret 2023, “*Indonesia jadi Negara Ketiga Penggemar BLACKPINK Terbanyak di Dunia*”, diakses dari <<https://www.pramborsfm.com/music/indonesia-jadi-negara-ketiga-penggemar-BLACKPINK-terbanyak-di-dunia/all>>, diakses pada tanggal 07 Mei 2023

PramborsFM, “*Tumbler Starbucks X BLACKPINK Seharga Rp 2 Juta Sold Out!*”, <<https://www.pramborsfm.com/news/kurang-10-menit-tumbler-starbucks-x-BLACKPINK-seharga-rp-2-juta-habis-terjual/all>>

Sembiring.Ira Gita, “*Lagu-lagu BLACKPINK Dominasi Peringkat Lagu Terpopuler Spotify Indonesia*”, diakses dari <<https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/15/155922866/lagu-lagu-Blackpink-dominasi-peringkat-lagu-terpopuler-spotify-indonesia>>

Sukma. Defrina, "9 Potret Jennie *BLACKPINK* dengan Gaya Rambut Baru, Makin Swag!", <<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/defrina-satiti/9-potret-jennie-BLACKPINK-dengan-gaya-rambut-baru-makin-sweg?page=all>>

Sun-hwa. Dong, The Korea Times, "*BLACKPINK's 'THE SHOW' draws 280,000 viewers*", diakses dari <<https://m.koreatimes.co.kr/pages/article.amp.asp?newsIdx=303421>>

WowKeren. "*Iniilah 10 Negara Yang Streaming BLACKPINK Terbanyak di YouTube, Indonesia Peringkat Berapa?*" <<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00268532.html#:~:text=Lebih%20mengejutkannya%20lagi%2C%20Indonesia%20berhasil,terdapat%20kampung%20halaman%20Lisa%2C%20Thailand>>

WowKeren, "*Total Penonton dan Penghasilan Konser BLACKPINK Terkuak, Fans Minta Agensi Lebih Perhatikan Grup*", diakses dari <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00299527.html#google_vignette>

Wolfe. Serin, "*BLACKPINK's Jisoo Lives Up To Her Title 'Miss Korea' In 'Pink Venom', Even In The Smallest Details*", diakses dari <<https://www.koreaboo.com/news/BLACKPINK-jisoo-embodiment-south-korea-in-pink-venom-even-in-smallest-details/>>

Wulandari Gita, "*Sukses Tampil di Coachella, BLACKPINK Berikan Apresiasi Ini Untuk Staf dan Kru Yang Telah Membantu Mereka*", <<https://www.K-Popchart.net/k-update/9168608165/sukses-tampil-di-coachella-Blackpink-berikan-apresiasi-ini-untuk-staf-dan-kru-yang-telah-membantu-mereka>>

Yoon. Solim, "*Netizenz are in love with the Korean Traditional flower latticework doors seen in BLACKPINK Jisoo's 'ME' visual film*", diakses dari <<https://www.allK-Pop.com/article/2023/03/netizens-are-in-love-with-the-korean-traditional-flower-latticework-doors-seen-in-BLACKPINK-jisoos-me-visual-film>>

Social Media :

Admin, "*Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-Pop d Tiwttter 2021*", diakses dari <https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter>

Admin, Instagram Kfeeds

Admin. KFEEDS. Instagram. <<https://www.instagram.com/p/Ci9xlqI5sIJ/?igshid=MzRIODBiNWFIZA>>

Admin, *BLACKPINK AWARDS MUSEUM*, diakses dari <https://twitter.com/BP_AWARDS/status/1688613057621274624?t=8SNLWI9I9tSI5EeIV31bVw&s=08>

Instagram by @a.ci.pa dan @vellania

LAMPIRAN

Berikut penghargaan yang diraih oleh BLACKPINK dalam karir sebagai *girlgroup* K-Pop, baik lokal maupun internasional :

1. KOREA

Bout	Year	Recipient	Award	Result
APAN Music Awards				
1st	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best Music Video (“How You Like That”)	Won
			Female Group Popularity Award (Overseas)	Won
			Idol Champ Global Pick - Group	Won
Asia Artist Awards				
1st	2016	<i>BLACKPINK</i>	Rookie Award	Won
6th	2021		U+IDOL LIVE Popularity Award	Won
Gaon Charts Music Awards				
6th	2017	<i>BLACKPINK</i>	Rookie of the Year	Won
		"Whistle"	Song of the Year – August	Won
		"Playing With Fire"	Song of the Year – November	Won
7th	2018	<i>BLACKPINK</i>	World Rookie Award	Won
8th	2019	"Ddu-Du Ddu-Du"	Song of the Year – June	Won
10th	2021	"How You Like That"	Artist of the Year (Digital) – June	Won
		"Lovesick Girls"	Artist of the Year (Digital) – October	Won
		<i>BLACKPINK</i>	Mubeat Global Choice Award (Female)	Won
			Social Hot Star of the Year	Won
Golden Disc Awards				
31st	2017	<i>BLACKPINK</i>	New Artist of the Year	Won
32nd	2018	"As If It's Your Last"	Best Digital Song (Bonsang)	Won
33rd	2019	"DDU-DU DDU-DU"	Best Digital Song (Bonsang)	Won
		<i>BLACKPINK</i>	Cosmopolitan Artist Award	Won

35th	2021	"How You Like That"	Best Digital Song (Bonsang)	Won
		The Album	Best Album (Bonsang)	Won
Korea First Brand Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best Female Idol	Won
Korea Update Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best Female Group	Won
		The Album	Album of The Year	Won
		"How You Like That"	MV of The Year	Won
			Dance of The Year	Won
MelOn Music Awards				
8th	2016	<i>BLACKPINK</i>	Best New Artist	Won
10th	2018	<i>BLACKPINK</i>	Top 10 Artists	Won
		"DDU-DU DDU-DU"	Best Female Dance	Won
12th	2020	"How You Like That"	Best Dance Track (Female)	Won
		<i>BLACKPINK</i>	Top 10 Artists	Won
MelOn Popularity Awards				
2016	"Whistle"		August 22	
2018	"DDU-DU DDU-DU"		July 2	
			July 9	
			July 16	
2020	"How You Like That"		July 6	
			July 13	
			July 20	
2021	"Lovesick Girls"		October 12	
			January 11	
			January 18	
Mnet Asian Music Awards				
18th	2016	<i>BLACKPINK</i>	Best of Next Artist Award	Won
		"Whistle"	Best Music Video	Won
20th	2018	<i>BLACKPINK</i>	Global Top 10 Fan's Choice	Won
21st	2019	<i>BLACKPINK</i>	Worldwide Fans' Choice Top 10	Won
22nd	2020	"How You Like That"	Best Dance Performance (Female Group)	Won
		<i>BLACKPINK</i>	Best Female Group	Won

			2020 Visionary	Won
			Worldwide Fans' Choice Top 10	Won
Seoul Music Awards				
26th	2017	<i>BLACKPINK</i>	New Artist of the Year	Won
27th	2018		Bonsang Award	Won
V Live Awards				
-	2017	<i>BLACKPINK</i>	Global Rookie Top 5	Won
	2018		Global Artist Top 10	Won
	2019		Global Artist Top 10	Won
			Global Artist Top 12	Won

2. INTERNASIONAL

Bout	Year	Recipient	Award	Result
Asian Pop Music Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best Group (Overseas)	Won
		The Album	Best Album (Overseas)	Won
		"How You Like That"	Best Arranger (Overseas)	Won
QQ Boom Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Most Popular Overseas Group	Won
Bravo Otto Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best K-Pop	Won
-	2021			Won
-	2022	<i>BLACKPINK</i>	Best Band	Won
BreakTudo Awards				
-	2019	<i>BLACKPINK</i>	K-pop Female Group	Won
		"Kiss and Make Up"	Best Collaboration	Won
		"Kill This Love"	International Music Video Of The Year	Won
			Boom Video of the Year	Won
	2021	BLINKS	International Fandom	Won
		<i>BLACKPINK</i>	K-pop Female Group	Won
			International Group	Won
		"Lovesick Girls"	International Music Video	Won

Channel R Radio Awards				
-	2020	<i>BLACKPINK</i>	Best New Artist	Won
E! People Choice Awards				
-	2019	<i>BLACKPINK</i>	The Group of 2019	Won
		"Kill This Love"	The Music Video of 2019	Won
		<i>BLACKPINK</i> 2019 World Tour (In Your Area)	The Concert Tour of 2019	Won
FRW Brazil Awards				
-	2021	<i>BLACKPINK</i>	K-Pop Group of the Year	Won
Elle Syler Awards				
-	2018	<i>BLACKPINK</i>	K-Style Icons	Won
HallyuLife Awards				
-	2021	<i>BLACKPINK</i>	Best Female Group	Won
			Hallyulife Global Fans' Choice	Won
Japan Gold Disc Awards				
2018		<i>BLACKPINK</i>	Best 3 New Artists (Asia)	Won
KpopStarz Awards				
2020		<i>BLACKPINK</i> & Selena Gomez	Best Cooperation Award	Won
MTV Millennial Brazil Awards				
3rd	2020	"Sour Candy"	International Collaboration	Won
4th	2021	Hit Global	"Lovesick Girls"	Won
MTV Music Video Awards				
37th	2020	"How You Like That"	Song of Summer	Won
MTV Music Video Awards Japan				
17th	2018	"Ddu-Du Ddu-Du"	Best Dance Video	Won
Music Daily Awards				
2020	<i>BLACKPINK</i>	Best K-pop Group		Won
		Best Group		Won
		Light Up The Sky	Best Netflix Documentary	Won
Planeta Awards				

2021	Sour Candy	Best Collaboration	Won
Pop Hub Awards			
2021	"Lovesick Girls"	Favorite Dance Track	Won
	The Album	Album of The Year	Won
	"How You Like That"	Best Choreography	Won
PRÊMIO ANUAL K4US Awards			
2020	<i>BLACKPINK</i>	Female Group of The Year	Won
	"Ice Cream"	Most Incredible Collaboration	Won
	Lovesick Girls	Music Video of the Year	Won
RTHK Internasional Pop Poll Awards			
2021	<i>BLACKPINK</i>	Top Band/Group	Won
	"Lovesick Girls"	Top ten international gold songs	Won
Teen Choice Awards			
2019	"Ddu-Du Ddu-Du"	Choice Song: Group	Won
Tencent Music Entertainment Awards			
2nd	2021	<i>BLACKPINK</i>	Best Overseas Group Won
Variety Hitmakers			
2020	<i>BLACKPINK</i>	Group of the Year	Won
WOWIE Awards			
2020	"Sour Candy"	Outstanding Collaboration Song	Won

3. AWARDS LAINNYA

Bout	Year	Recipient	Award	Result
Busan One Asia Festival Awards				
-	2017	<i>BLACKPINK</i>	Style Icon Award	Won
FAB Awards				
2021	<i>BLACKPINK</i>	Best International Icon	Won	
Gold Derby Music Awards				
2021	<i>BLACKPINK</i>	Best New Artist	Won	

J-14 Teen Icon Awards				
2021	<i>BLACKPINK</i>	Iconic Band/Duo/Group		Won
Just Jared Fan Awards				
2020	<i>BLACKPINK</i>	Best K-Pop Act		Won
KBS World Radio				
2021	<i>BLACKPINK</i>	Girl group of the year		Won
KpopStarz Awards				
2016	<i>BLACKPINK</i>	Best K-pop Rookie Group of the Year		Won
Shorty Awards				
11th	2019	<i>BLACKPINK</i>	Best in Music	Won
Soompi Awards				
2017	<i>BLACKPINK</i>	Rookie of the Year		Won
Star FM Radio				
2020	<i>BLACKPINK</i>	Female K-pop Act of the Year		Won
	"How You Like That"	K-pop Song of the Year		Won
Tudo Information Awards				
2021	"How You Like That"	Music Video Of The Year		Won
96.5 TDY Awards				
2021	"Ice Cream"	Best Music Video		Won
Weibo Starlight Awards				
2021	"Ice Cream"	Favorite Collaboration		Won

Penghargaan *BLACKPINK* pada tahun 2022 :

1. MTV Video Music Awards - Best Metaverse Performance – The Virtual
2. Bravo Otto Awards - Best Band/Duo
3. Planeta Awards - Best K-Pop Group
4. Me!On Popularity Awards :

- Weekly Popular Song – August 29 – Pink Venom
 - Weekly Popular Song – September 5 – Pink Venom
 - Weekly Popular Song – September 12 – Pink Venom
 - Weekly Popular Song – September 26 – Shut Down
 - Weekly Popular Song – October 10 – Shut Down
5. SBS Inkigayo - Hot Stage
 6. MTV Video Music Awards Japan - Best Group Video – Pink Venom
 7. MTV Europe Music Awards - Best Metaverse Performance – The Virtual
 8. Seoul Success Awards - Best Singer (Daesang)
 9. Mnet Asian Music Awards :
 - Worldwide Fans' Choice Top 10 (Bonsang)
 - Worldwide Kpop Producer (Teddy) – *BLACKPINK*
 - Best Female Group
 - Best Music Video – Pink Venom
 10. Asia Artist Awards - Most Popular Singer – Female
 11. TIME - Entertainer Of The Year
 12. YouTube Music Awards - Best Dance Break – Pink Venom
 13. Prêmio Anual K4US :
 - Most Anticipated Concert of The Year
 - Best Female Group Of The Year
 14. Channel R Radio Music Awards - Best Group
 15. China Year End Awards :
 - Best Selling Female Album – Born Pink
 - Best Selling Female Single – Pink Venom
 - Best Selling International Album – Born Pink
 - Best Selling International Female Single – Pink Venom
 - Best Selling Group Album – Born Pink
 - Best Selling K-Pop Album – Born Pink
 - Best Selling Female K-Pop Single – Pink Venom
 - Best Selling Female Group Single – Pink Venom
 16. BreakTudo Awards :
 - Clípe international
 - Grupo feminino de K-pop
 17. 33rd RTHK International Pop Poll Awards Hong Kong - Top Album (Korean)
 - Born Pink

18. ELLE - Best Kpop Music Video – Pink Venom
19. Asian Pop Music Awards :
 - Best Album Overseas – Born Pink
 - Song Of The Year Overseas – Pink Venom
 - People’s Choice Overseas
 - Top 20 Best Album Overseas – Born Pink
 - Top 20 Song Of The Year Overseas – Pink Venom
 - Best Producer Overseas – Born Pink
20. Philippine K-Pop Awards - Female Group Of The Year
21. Gold House - 2021 Most Impactful Asians - 2022 Most Impactful Asians
22. Aria Chart - Pink Venom
23. Hanteo Plagues :
 - Certificate of 1M – Born Pink
 - Certificate of New Record – Born Pink
24. UK Album Charts - Born Pink
25. Intensive Watch Award - Pink Venom
26. UK Specialist Award :
 - Album Sales – Born Pink
 - Physical Sales – Born Pink
 - Video Streaming – Pink Venom
 - Video Streaming – Shut Down
27. Forbes - Korea Power Celebrity
28. Business Of Fashion - BoF 500
29. US Weekly - Best Girl Groups of All Time

Penghargaan *BLACKPINK* pada tahun 2023 :

1. Capricho Awards - Group of The Year
2. Golden Disc Awards - Best Album (Bonsang) – Born Pink
3. Guinness World Records :
 - First Kpop Group to reach #1 on the UK Albums Chart (Female)
 - First Kpop Group to reach #1 on the US Albums Chart (Female)
 - First winner of Best Metaverse performance at the MTV VMA
 - Most Viewed Music Channel on YouTube (Group)
4. Seoul Music Awards – Bonsang
5. TikTok Creator Awards :

- Gold Award (10M)
 - Silver Award (1M)
6. Pop Hub Awards Poland - Group Of The Year
 7. WPVR Pinnacle Awards - Kpop Song of The Year – Pink Venom
 8. Hanteo Music Awards :
 - Artist of The Year (Bonsang)
 - Global Artist in South America
 9. Pure Chart Awards France :
 - Group of The Year
 - Music Video of The Year – Pink Venom
 10. Kmmunity K'tizens Choice Awards :
 - Song of the Year – Pink Venom
 - Best Fandom Award – *BLACKPINK* PHILIPPINES
 - Concert of the Year – BORN PINK TOUR
 - Kmmunity Style Icon of the Year
 - Girl Group of The Year
 11. Circle Chart Music Awards :
 - Artist of the Year – Global Artists (September) – Shut Down
 - Artist of the Year – Global Artists (August) – Pink Venom\Female Group of The Year
 - MuBeat Global Choice (Female)
 12. The O2 - First Time Award Trophy – BORN PINK TOUR
 13. MuBeat Awards :
 - Music Video of The Year – Pink Venom
 - Global Pick
 14. Mercedes-Benz Arena - Bear Trophy – Born Pink Tour
 15. Planeta Awards - Best Kpop Group
 16. Rotten Tomatoes
 - Certified Fresh Award – Light Up The Sky
 - Certified Fresh Award – *BLACKPINK*: The Movie
 17. Webby Awards - Social: Best Partnership or Collaboration (People's Voice Award) – #PinkVenomChallenge
 18. SEC Awards - Group/Duo Of The Year
 19. Forbes - Korea Power Celebrity
 20. Rolling Stone - The 25 Most Stylish Musicians of 2023

21. MeOn Streaming Plaque - 2 Billion Streaming Artist (Silver)

22. MTV Millennial Awards - Dominio Kpop

Berikut beberapa gambar terkait BLACKPINK sebagai *girlgroup* K-Pop :



Pencapaian *BLACKPINK* selama 7 tahun berkarir sebagai *girlgroup* Top Dunia



Outfit *BLACKPINK* penampilan pertama di Coachella dengan unsur budaya Korea



Outfit *BLACKPINK* penampilan kedua di Coachella Coachella dengan unsur budaya Korea



Salah satu akun mendeskripsikan BLACKPINK menggunakan bahasa Korea ketika tampil di Coachella untuk salam penutup



Gaya Rambut *bleached fringe* Jennie BLACKPINK