

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1. Kesimpulan

NCT merupakan salah satu *boygroup* di bawah naungan agensi SM Entertainment, yang debut pada tahun 2016 silam. Di debutkannya NCT pada tahun itu adalah dengan tujuan untuk lebih mengenalkan k-pop dan Korea Selatan di manca negara dengan menggunakan strategi baru yang dicetuskan oleh Lee Soo-Man. Untuk merealisasikan hal tersebut, kemudian NCT mulai melakukan tujuannya tersebut dengan memanfaatkan media-media *platform* yang mereka miliki. Bersamaan dengan hal tersebut, NCT yang telah diakui sebagai figur k-pop oleh pemerintah Korea Selatan juga melakukan diplomasi publik kepada masyarakat Indonesia sebagai aktor non-negara yang berperan menjadi komunikator politik. NCT kemudian mulai melakukan pendekatan kepada masyarakat Indonesia di tahun 2019.

Saat menjalankan tugasnya untuk membangun citra baik Korea Selatan di mata masyarakat Indonesia, NCT kembali memanfaatkan berbagai platform sosial media yang mereka miliki sebagai media utamanya. Dari latar belakang tersebut kemudian terbentuklah rumusan masalah dari skripsi ini, “Bagaimana NCT sebagai aktor non-negara berperan dalam diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia pada tahun 2019-2022?”.

Seperti bagaimana argumentasi dalam skripsi ini yang membahas mengenai bagaimana NCT menjalankan perannya sebagai aktor non-negara dalam hubungan diplomasi publik antara Korea Selatan dan Indonesia. NCT kemudian membuktikan perannya tersebut dengan menjadi komunikator politik yang dimiliki oleh Korea

Selatan di Indonesia, upayanya sebagai komunikator politik dilakukan dengan memanfaatkan tiga hal atau alat yang dapat diakses dengan mudah oleh aktor non-negara pada diplomasi publik, ketiga hal tersebut adalah: *circulating information*, *advertising campaign*, dan *appeals to public opinion* atau menarik perhatian atau opini publik dengan menggunakan internet dan sosial media yang ada.

Dalam menjalankan *circulating information*, kepada masyarakat global mengenai Korea Selatan, NCT memanfaatkan *platform* media yang mereka miliki bersamaan dengan memanfaatkan jumlah penggemar mereka yang cukup banyak di ranah global untuk mulai memperkenalkan Korea Selatan kepada masyarakat awam yang tidak mengenal *k-pop* atau Korea Selatan sebelumnya. Contohnya adalah dengan memanfaatkan *variety shows* mereka yaitu NCT Life untuk mempromosikan beberapa hal mengenai Korea Selatan. Selain itu NCT juga memanfaatkan kanal youtube mereka dengan hal yang sama dengan menunjukkan kegiatan yang berkaitan dengan Korea Selatan.

NCT juga memanfaatkan statusnya sebagai idol k-pop yang pada setiap kegiatannya seringkali diikuti oleh update-update di media sosialnya, baik secara resmi melalui akun official yang dipegang dan dikelola oleh agensinya atau secara tidak resmi melalui akun-akun yang dikelola oleh penggemar-penggemarnya. Dengan memanfaatkan hal tersebut NCT kemudian menarik perhatian masyarakat global dengan melakukan berbagai hal yang mengenalkan Korea Selatan di konten-konten mereka.

Pada *advertising campaign* yang dilakukan oleh NCT, disini mereka memperkenalkan dan mempromosikan hal-hal yang berkaitan dengan Korea Selatan di dalam konten video yang mereka unggah. Beberapa isi dari konten tersebut adalah makanan tradisional, tempat wisata, dan budaya yang dimiliki oleh Korea Selatan. Dengan melakukan syuting di Rumah Korea pada musim ke empat NCT Life, NCT juga membantu turis manca negara untuk menambah destinasi wisata yang kenal akan kebudayaan Korea Selatan. Selain itu dengan NCT yang melakukan tantangan mengenai makanan tradisional Korea Selatan juga akan membantu turis manca negara dalam menentukan makanan tradisional Korea Selatan apa saja yang bisa dicoba saat mereka mendatangi Korea Selatan.

NCT di Indonesia berperan sebagai aktor non-negara dalam membangun citra baik yang dimiliki Korea Selatan di masyarakat Indonesia, dengan memanfaatkan berbagai aktivitas mereka di Indonesia kemudian berhasil mendapatkan perhatian dari masyarakat Indonesia. Dengan bantuan media sosialnya sebagai sarana media dalam menyebarkan keberadaan mereka kepada masyarakat Indonesia, NCT tidak hanya dikenal sebatas oleh penggemar k-pop saja tetapi juga masyarakat awam yang juga ikut menonton konten NCT yang berisikan mengenai kegiatan mereka yang berhubungan dengan Indonesia. Setelah berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia, NCT kemudian melanjutkan perannya sebagai komunikator politik dalam diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia. NCT kemudian berusaha untuk membangun branding yang baik di mata masyarakat Indonesia.

Usaha NCT untuk membangun branding ini berhubungan dengan proses *advertising campaign* yang membahas mengenai digunakannya media-media

seperti sosial media dan website untuk merubah pandangan masyarakat kepada golongan tertentu berdasarkan informasi-informasi yang diberikan melalui media tersebut. Untuk merubah pandangan masyarakat Indonesia mengenai Korea Selatan, NCT kemudian menyiarkan sebuah seri kecil di kanal youtube mereka yang berjudul “Halo! Sekolah Bahasa Indonesia”. Anggota NCT yang mengisi seri tersebut kemudian berpakaian selayaknya siswa SMA di Indonesia, dengan menggunakan seragam putih abu-abu lengkap dengan atributnya yang lain. Seri tersebut berisikan konten belajar Bahasa Indonesia, mencoba makanan dan jajanan yang berasal dari Indonesia, dan bermain gasing yang merupakan permainan tradisional dari Indonesia. Selain seri “Halo! Sekolah Bahasa Indonesia”, unggahan yang mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat Indonesia adalah unggahan yang menunjukkan NCT 127 yang mempelajari Tari Saman dan NCT Dream yang berkunjung ke Museum Batik di Indonesia sekaligus belajar menggambar batik dengan menggunakan canting disana.

Sebagai aktor non-negara yang tidak terlibat dengan organisasi atau instansi pemerintah tertentu, NCT kemudian berusaha untuk membangun *branding* mereka sendiri. Dalam hal ini adanya mendapatkan kepercayaan dari masyarakat negara yang ditujunya adalah hal yang penting untuk aktor non-negara. Untuk mendapatkan rasa kepercayaan dari masyarakat Indonesia, NCT kembali memanfaatkan *platform* dan audiens yang mereka miliki untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan-kegiatan mereka yang bisa mendapatkan rasa percaya dari masyarakat Indonesia. Untuk menjadi aktor non-negara sekaligus komunikator politik untuk membangun citra baik Korea Selatan di Indonesia, kemampuan NCT

dalam memberikan pesannya kepada publik secara luas dapat mempengaruhi hasil dari proses yang telah dijalankan sebelumnya.

Melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh member NCT pada pembahasan sebelumnya memperlihatkan bahwa upaya NCT sebagai komunikator politik dalam diplomasi publik Korea Selatan untuk menarik dan membawa opini publik terhadap citra baik Korea Selatan berhasil dilakukan. Melihat dari berbagai aktivitas yang telah dilakukan sebelumnya, NCT telah berhasil menjadi salah satu komunikator politik yang menciptakan citra baik Korea Selatan di mata masyarakat Indonesia. Melalui sosial media yang mereka miliki, NCT telah memperlihatkan berbagai upayanya untuk menjadi komunikator politik yang baik bagi Korea Selatan. Hasil dari berbagai usaha mereka dalam membangun branding di masyarakat Indonesia dapat terlihat dari berbagai komentar yang ada di bawah video-video yang diunggah pada kanal youtube mereka sendiri. Melalui berbagai proses tersebut NCT telah berhasil mendapatkan perhatian dan membangun citra baik Korea Selatan di masyarakat awam Indonesia. Sebagai aktor non-negara diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia, NCT selain berhasil membangun citra baik yang dimiliki oleh Korea Selatan juga berhasil memenuhi kepentingan mereka sendiri sebagai idol k-pop.

#### **4.2. Saran**

Dari hasil olah data yang telah penulis paparkan pada pembahasan di atas, NCT yang memanfaatkan *platform* mereka sebagai *idol* k-pop sebagai media untuk mengenalkan Korea Selatan kepada masyarakat global masih belum terlihat maksimal. Melihat pada musim ke empat NCT Life tersebut tidak diberikan takarir

Bahasa Inggris yang merupakan bahasa internasional, padahal disiarkannya musim ke empat dari NCT Life tersebut memiliki tujuan untuk melakukan promosi makanan tradisional Korea Selatan kepada masyarakat global. Untuk peran NCT sebagai aktor non-negara dan komunikator politik diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia, penulis berharap kedepannya dalam menjalankan perannya sebagai aktor non-negara diplomasi publik Korea Selatan di Indonesia NCT bisa melakukan lebih banyak kegiatan yang beragam. Sebagai aktor non-negara kegiatan yang dilakukan oleh NCT masih terbilang masih cukup sedikit, terlebihnya mengingat hubungan Indonesia dan Korea Selatan yang sudah cukup dekat diberbagai bidang sebelumnya.

Selain itu melihat Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah NCTzen atau penggemar NCT terbanyak, seharusnya dapat dimanfaatkan dengan lebih maksimal lagi dalam upayanya untuk menarik perhatian publik dan membentuk opini publik yang baik bagi Korea Selatan. Sebagai *idol k-pop* NCT telah menunjukkan bahwa mereka memiliki jangkauan audiens yang cukup dan mumpuni di Indonesia, akan tetapi kemampuan mereka dalam membawa opini publik sebagai aktor non-negara masih belum terlalu terlihat. Sebagai aktor non-negara sendiri akan lebih baik jika NCT lebih sering menyediakan konten yang berinteraksi atau berhubungan langsung dengan negara yang akan ditujunya, yang dalam kasus ini adalah Indonesia. Selain itu meskipun NCT memiliki *base* penggemar yang cukup besar dan luas di Indonesia namun pengenalan mereka kepada masyarakat awam yang tidak mengenal musik korea atau *k-pop* di Indonesia

masih sangat kurang. Terlihat ada beberapa komentar yang penulis lampirkan di atas yang mempertanyakan status mereka sebagai *idol k-pop*.

Dari penelitian dan tulisan yang telah penulis susun ini dapat menjadi landasan ataupun inspirasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terkhususnya untuk pembahasan yang membahas mengenai *idol k-pop* sebagai aktor non-negara dalam proses diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan di negara-negara tertentu. Perjalanan *idol k-pop* sebagai aktor non-negara tidak akan berjalan secara efektif apabila negara dan agensi yang menaunginya tidak memberi dukungan yang maksimal. Penulis juga berharap bahwa pemerintah Korea Selatan bisa mempertimbangkan kemungkinan digunakannya *idol k-pop* sebagai aktor non-negara kedepannya, karena dengan memanfaatkan kepopuleran dan jumlah penggemar yang dimiliki oleh setiap grup *k-pop* akan sangat membantu dalam upaya pengenalan Korea Selatan di manca negara.