

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini budaya populer telah menjadi budaya yang berada di tengah-tengah masyarakat baik Indonesia maupun mancanegara. Budaya populer merupakan suatu fenomena budaya yang dihasilkan melalui globalisasi. Tidak hanya itu, budaya populer merupakan salah satu wadah politik dalam upaya memenangkan banyak suara dengan cara melihat dunia dari sudut pandang yang lain. Salah satu budaya populer yang saat ini berkembang adalah *Korean Pop* atau sering disebut dengan *K-Pop*. Reeves menjelaskan bahwa budaya populer merupakan salah satu budaya yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan hidup sehari-hari (Reeves, 2004, h.163).

Budaya populer yang saat ini berkembang ditengah masyarakat salah satunya adalah budaya asal Korea Selatan. Budaya asal Korea Selatan dikenal dengan nama *Hallyu* yang berasal dari kata *Han Liu* yang memiliki arti *Korean Wave* atau bahasa Indonesianya gelombang Korea. *Hallyu* merupakan sebuah penyebaran budaya populer modern dari Korea Selatan ke seluruh dunia melalui musik (*k-pop*), drama tv (*k-drama*), film, animasi, game, kuliner, fashion, dll. Tahun 1992 ketika Korea memasuki tahap diplomasi dengan Republik Rakyat Tiongkok merupakan awal *Hallyu* berkembang dan sampai sekarang pun *Hallyu* masih terus bertransformasi melalui versi yang lebih kekinian (Je Seong & Yuwanto, 2014, h. vii).

Salah satu produk dari *Hallyu* yang perkembangannya paling pesat adalah musik Korea atau sering dikenal dengan *K-Pop*. Awalnya *K-Pop* mulai populer di kawasan Asia Timur dimana mulai masuk ke pasar Jepang di pergantian abad ke-21, mengalami pertumbuhan dari musik menjadi subkultur bagi remaja dan dewasa muda

mulai dari Asia Timur hingga Asia Tenggara. Saat ini sendiri, *K-Pop* mulai berkembang ke negara lain yaitu Amerika sampai ke Eropa dan Afrika.

Berkembangnya *Hallyu* ke berbagai negara lain memunculkan berbagai komunitas penggemar di berbagai bagian negara. *K-Pop* sendiri memiliki banyak penggemar setia dari berbagai fandom sesuai dengan artis yang disukai dan terkenal dengan kefanatikan yang tinggi. Hasil ekspansi dari *Korean Wave* dapat terkait dengan kekuatan dari penggemar digital budaya dalam mengunggah, mengaransemen ulang, meneruskan, berbagi serta secara tidak langsung mereproduksi penerimaan *Korean Wave* kepada khalayak luas. Salah satu grup musik *K-Pop* yang terkenal adalah BTS (*Bangtan Seonyondan*).

BTS adalah sebuah grup musik laki-laki yang beranggotakan tujuh orang asal Korea Selatan yang dinaungi oleh sebuah *music management* bernama Big Hit Entertainment. BTS telah menjadi bagian dari historis Korea Selatan, dimana BTS telah menduduki puncak tangga lagu di US Billboard Music Chart melalui album mereka yang berjudul "*Love Yourself*". Album "*Love Yourself*" ini terjual habis ketika BTS melakukan tur dunia di Stadion Rose Bowl di Pasadena, Stadion Wembley di Landon, dsb (Kim, 2022).

BTS juga resmi ditunjuk sebagai duta hubungan masyarakat dalam upaya Korea Selatan selaku tuan rumah *World Expo 2030* di Pelabuhan Selatan Busan. Pada bulan Juni 2022 Hybe selaku *management* dari BTS telah menandatangani perjanjian dengan pemerintah Busan untuk proyek promosi kota yang nantinya akan diawasi langsung oleh Biro Pameran Internasional (BIE). Nantinya BTS akan memandu pejabat BIE dengan menyampaikan presentasi di majelis umum BIE (Azizah, 2022).

Tidak hanya sebagai diplomatik bagi Korea Selatan, BTS memberikan dampak lain bagi Korea Selatan. Institut Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan

merilis sebuah laporan yang menunjukkan berapa besar KRW yang bisa disumbang oleh BTS melalui konser pasca corona. Diasumsikan jika BTS melakukan konser selama tiga hari dalam stadion dengan kapasitas 65.000 penonton dengan total pengunjung asing sebesar 20%, maka BTS dapat menyumbang 620 miliar KRW atau setara 500 juta USD (Lubis, 2022). Di tahun 2018 silam, BTS menyumbang sebesar 0,3% dari keseluruhan PDB Korea Selatan dimana hal ini setara dengan US\$4,65 miliar.

Dampak perekonomian yang dihasilkan dari BTS membuat banyak perusahaan tertarik untuk menjalin kerjasama dengan BTS. Salah satu perusahaan internasional yang bekerjasama dengan BTS adalah McDonalds. Pada saat itu McDonalds merilis BTS meal dalam rangka kolaborasi. Dilansir oleh CNBC, McDonalds di kuartal kedua 2021 mencatat keuntungan sebesar US\$2,22 miliar atau setara dengan Rp 32,1 triliun, dimana McDonalds melalui BTS meal mengalami kenaikan dibandingkan dengan kuartal sebelumnya (Indraini, 2021).

Para pengamat berpendapat bahwa perusahaan ingin bekerjasama dengan BTS tidak hanya sekedar dari keuntungan secara materi melainkan juga untuk mendapat keramaian di sosial media yang nantinya berpengaruh kepada *brand awareness* merek tersebut. Seorang profesor dari Incheon National University memberi contoh adalah merek Fila, dimana saat Fila bekerjasama dengan BTS *brand awareness* Fila meningkat (Fauzia, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa BTS memiliki pengaruh terhadap dunia ekonomi kreatif.

Tidak hanya dari segi ekonomi kreatif, BTS juga berpartisipasi di dalam politik baik politik Korea Selatan maupun politik internasional. Bukti nyata dari partisipasi BTS dalam dunia politik internasional adalah ketika BTS diundang oleh PBB pada tahun 2018 dan 2021. BTS menjadi grup musik *K-Pop* pertama yang

berbicara di *United Nations* (Perserikatan Bangsa-Bangsa) untuk membantu PBB dalam meluncurkan kampanye UNICEF bernama “*Generation Unlimited*” dimana kampanye ini menjelaskan mengenai pendidikan, pekerjaan, dan pemberdayaan untuk anak muda secara global (Wang, 2018). Pada tahun 2021 BTS telah ditunjuk secara khusus oleh Presiden Korea Selatan yaitu Presiden Moon Jae In sebagai utusan diplomatik Korea Selatan. Saat pelantikan tersebut Presiden Moon Jae In juga memberikan paspor diplomatik berwarna merah kepada para member BTS.

Kegunaan paspor diplomatik tersebut diberikan dalam rangka tugas bagi BTS untuk turut hadir ke dalam sidang PBB di New York bersama dengan Presiden Moon Jae In. Pemberian paspor diplomatik ini menjadi hal yang sangat penting sebab selain menjadi perwakilan negara, BTS memiliki keuntungan lain yang diantaranya adalah dapat berpergian ke 199 negara tanpa visa, bebas biaya pajak perjalanan dan penghasilan, serta memiliki kekebalan diplomatik. Dimana dengan kekebalan diplomatik memiliki arti bahwa anggota BTS akan dianggap sebagai tamu kehormatan di negara yang dikunjungi tersebut (Anjani, 2021).

BTS banyak mengkampanyekan dan meyuarakan pendapatnya mengenai suatu isu, mulai dari *love myself*, *black live matters*, *diversity*, dsb. Pada tahun 2021 BTS turut berpartisipasi dalam kampanye *stop asian hate*, gerakan sosial dengan tujuan menghenatikan tindakan kejahatan dan rasisme terhadap orang *Asian American*. Rasisme sendiri merupakan isu yang sudah sejak lama terjadi di Amerika Serikat, yang pada awalnya dilakukan oleh orang kulit putih kepada orang kulit hitam. Seiring berjalannya waktu, rasisme di Amerika Serikat mengalami perkembangan yang pada akhirnya tidak lagi hanya dilakukan kepada orang kulit putih melainkan kepada orang kulit sawo matang, dan juga kepada orang dengan etnis lain yaitu Asia. Hadirnya pandemi Covid-19 membawa dampak kepada Amerika Serikat, salah satunya adalah

ekonomi. Kesulitan akibat Covid-19 membuat masyarakat Amerika Serikat menjadi resah dan panik. Ditambah lagi saat itu di tahun 2020 Presiden Amerika Serikat, Donald Trump memberikan pernyataan yang mengatakan bahwa Covid-19 diakibatkan oleh masyarakat Asia khususnya China.

Hal ini memantik rasa emosi dan kesal para masyarakat Amerika kepada orang Asia atau pun *Asian American*. FBI mencatat terjadi kenaikan sebesar 77% sejak 2019 hingga 2020 dalam kejahatan kebencian terhadap orang-orang Asia yang tinggal di Amerika. Tidak hanya itu, kelompok advokasi stop *Asian American and Pacific Islanders (AAPI) Hate*, mengatakan selama periode Maret 2020 hingga Juni 2021 tercatat sebesar lebih dari 9.000 insiden kejahatan kebencian anti asia (*Asian Hate Crime*).

Pada Maret 2021, kejadian penembakan di sebuah Spa di daerah Atlanta yang menewaskan delapan orang, enam dari delapan korban tewas merupakan orang Asia. Sontak kejadian ini memicu keresahan orang *Asian American* dan ramai menjadi perbincangan publik. Melihat kejadian ini dan semakin tingginya angka kejahatan dan rasisme kepada orang *Asian American*, kelompok advokasi stop *Asian American and Pacific Islanders (AAPI) Hate* melakukan gerakan sosial dengan nama *stop asian hate*. Gerakan *stop asian hate* sendiri dimulai pada tahun 2021 dikarenakan tingkat kejahatan dan rasisme terhadap orang *Asian American* di Amerika meningkat mengalami kenaikan.

Mendengar kejadian ini, BTS sebagai salah satu artis grup *boyband* asal Korea Selatan yang pernah mengalami tindakan rasisme merasa sangat sedih melihat kejadian yang menimpa masyarakat *Asian American* di Amerika Serikat. Pada tanggal 30 Maret 2021, BTS secara resmi membuat sebuah pernyataan melalui akun @BTS_twt, BTS menyampaikan sebagai salah seorang yang pernah mengalami

tindakan rasisme, BTS paham betul bagaimana rasanya ketika mengalami tindakan tersebut. BTS juga menyampaikan bahwa apa yang terjadi kepada masyarakat *Asian American* di Amerika Serikat tidak dapat dipisahkan dari identitas BTS yang adalah orang Asia.

Melalui *tweet* tersebut BTS menyampaikan kesedihan dan rasa bela sungkawa kepada keluarga korban kejadian *Atlanta shoot*. Dalam pernyataan tersebut BTS juga menyampaikan secara resmi bahwa BTS menentang tindakan diskriminasi rasial dan mengutuk kekerasan, dan pernyataan diakhiri dengan kalimat : “*You, I and we all have the right to be respected. We will stand together*”. *Tweet* ini pun ditambahkan dengan tagar *#StopAsianHate* dan *#StopAAPIHate*.

Pernyataan BTS mengenai partisipasinya ke dalam gerakan *Stop Asian Hate* sontak mengundang banyak tanggapan dari masyarakat khususnya *fans* BTS yaitu *Army*. Sosial media twitter pun saat itu dibanjiri dengan berbagai *tweet* mengenai gerakan *Stop Asian Hate* dan bermunculan pula beberapa tagar, seperti *#StopAsianHate*, *#RacismIsNotComedy*, *#StopAAPIHate*.

Hal mengejutkan lainnya adalah pada 31 Mei 2022, BTS secara resmi diundang oleh Presiden Amerika Serikat yaitu Joe Biden untuk berkunjung ke Gedung Putih dalam rangka membahas mengenai kekerasan orang Asia-Amerika. Dalam kunjungan tersebut Joe Biden mengatakan bahwa peran BTS sangatlah besar dan jangan ragukan peran tersebut. Joe Biden juga mengatakan bahwa suara yang dikeluarkan oleh BTS dapat menggerakkan masyarakat dan Joe Biden sangat mengapresiasi BTS. Pada kesempatan yang sama, Kamilla Harris selaku Wakil Presiden Amerika Serikat juga mengatakan bahwa kehadiran dan partisipasi BTS dalam gerakan *Stop Asian Hate* ini membuat orang menjadi tidak merasa sendiri.

BTS juga berterima kasih kepada Joe Biden dan pemerintah Amerika Serikat yang telah memberikan kesempatan penting ini kepada BTS. BTS juga menyampaikan bahwa mereka sebagai artis yang dapat menjangkau banyak orang di seluruh dunia merasa memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan isu ini kepada masyarakat luas. BTS ingin melalui suara yang mereka sampaikan mengenai *stop asian hate* dapat memberikan dampak yang positif kedepannya dan BTS berharap melalui partisipasi mereka dalam kampanye ini dapat meluaskan *awareness* akan pentingnya isu *stop asian hate* ke banyak masyarakat.

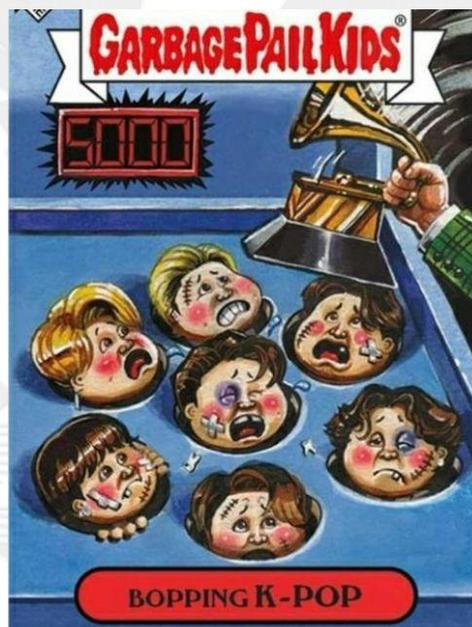
Fans BTS yaitu Army yang jumlahnya sangat banyak dan hampir ada di seluruh belahan dunia memperlihatkan seberapa besar BTS dapat menjangkau banyak orang bahkan *fans* BTS tidak hanya dari orang Asia saja melainkan dari seluruh penjuru dunia. Melalui karya-karyanya yang didominasi oleh lagu Korea, BTS tetap mampu melampaui batas nasional dan bahkan saat ini BTS telah menjadi lebih dari sekedar simbol budaya Korea, melainkan BTS telah menjadi simbol budaya global. BTS tidak lagi dikenal karena perannya sebagai artis, melainkan BTS memiliki peran lain yaitu sebagai seorang *campaign ambassador*. Hal-hal ini menunjukkan bahwa BTS tidak hanya berperan sebagai seorang artis musik saja, melainkan BTS berperan sebagai seorang *agent of change* melalui perannya sebagai seorang *campaign ambassador*.

1.2 Identifikasi Masalah

Peneliti akan melakukan penelitian terhadap aktivitas grup K-Pop BTS sebagai *Campaign Ambassador Stop Asian Hate*. Kampanye *Stop Asian Hate* sendiri digerakan sebagai salah satu upaya kolektif untuk menghentikan tindakan rasisme terhadap orang *Asian American* di Amerika Serikat. Akibat tingginya tindakan

rasisme dan kebencian terhadap orang Asia di Amerika, banyak masyarakat yang melakukan sebuah aksi sosial berupa membuat sebuah gerakan dengan judul *Stop Asian Hate*. Gerakan ini dilakuakn dengan dua pola yaitu konvensional dan juga digital. Gerakan sosial *Stop Asian Hate* ini dilakuakn oleh banyak pihak dan tidak hanya masyarakat, salah seorang publik figur ternama yaitu BTS turut andil dalam gerakan sosial ini.

BTS selaku salah satu artis asal Asia, yaitu Korea Selatan juga pernah mengalami tindakan rasisme. Salah satu kejadian rasisme yang dialami oleh BTS adalah bentuk karikatur wajah BTS yang penuh babak belur dengan di atasnya terdapat sebuah piala grammy yang dikeluarkan oleh majalah Amerika Serikat Ternama, Topps (Amalia, 2021).



Gambar 1.1 Karikatur BTS di Majalah Topps
Sumber : Liputan6.com

Karikatur ini resmi dirilis oleh Topps pada bulan Maret 2021 ditengah-tengah tingginya angka kejahatan dan tindakan rasisme terhadap orang Asia. Sebagai salah seorang yang pernah mengalami tindakan rasisme dan paham akan rasa sakit dari

tindakan rasisme, BTS merasa rasisme yang terjadi terhadap *Asian American* tidak dapat dipisahkan dari identitas BTS sebagai orang Asia maka dari itu BTS memutuskan untuk berpartisipasi ke dalam gerakan *Stop Asian Hate*. Hal ini disampaikan langsung oleh BTS melalui akun resmi twitter mereka.

We cannot put into words the pain of becoming the subject of hatred and violence for such a reason. Our own experiences are inconsequential compared to the events that have occurred over the past few weeks. But these experiences were enough to make us feel powerless and chip away our self-esteem.

What is happening right now cannot be dissociated from our identity as Asians. It required considerable time for us to discuss this carefully and we contemplated deeply on how we should voice our message.

Gambar 1.2 Pernyataan BTS di Twitter
Sumber : Twitter.com

Aktivitas BTS sebagai *campaign ambassador Stop Asian Hate* tidak hanya di akun twitter BTS melainkan BTS juga hadir ke Gedung Putih bersama Presiden Amerika Serikat serta Wakil Presiden Amerika Serikat, yaitu Joe Biden dan Kamala Harris untuk berbicara mengenai isu rasisme. Kehadiran BTS ke Gedung Putih untuk membicarakan isu rasisme menjadi hal yang baru, sebab sebelumnya belum pernah ada artis Asia yang hadir untuk memberikan tanggapannya akan sebuah isu terutama isu rasisme. Tweet BTS yang menyatakan partisipasinya ke dalam gerakan *Stop Asian Hate* menjadi *the most shared tweet* sepanjang tahun 2021 dengan menghasilkan lebih dari 1 juta *retweet* dan 2.5 juta *likes*. Hal ini menjadi sesuatu yang baru bagi sebuah grup K-Pop dalam mengkampanyekan *Stop Asian Hate*.

Peneliti akan menggunakan beberapa konsep dalam penelitian ini diantaranya adalah *social movement*, *social campaign*, *social action*, dan *agent of change*. Konsep *social movement* digunakan oleh peneliti sebagai dasar untuk menjelaskan gerakan sosial *Stop Asian Hate* yang dilakukan oleh komunitas AAPI Hate. Konsep *social*

campaign akan peneliti gunakan sebagai dasar dalam menjelaskan gerakan *Stop Asian Hate* yang dibawakan oleh BTS. Teori *social action* peneliti gunakan sebagai dasar dalam menjelaskan respon masyarakat dan atau *fans* BTS yang berpartisipasi ke dalam gerakan *Stop Asian Hate* dengan membuat sebuah *tweet* yang menyatakan dukungannya terhadap gerakan *Stop Asian Hate*. Lalu konsep *agent of change* peneliti gunakan sebagai dasar dalam menjelaskan posisi BTS yang berpartisipasi ke dalam gerakan *Stop Asian Hate*. Peneliti merasa konsep-konsep ini sesuai dengan permasalahan penelitian yang ingin diteliti, yakni aktivitas BTS sebagai *Campaign Ambassador Stop Asian Hate*.

Peneliti mencoba untuk memberikan beberapa batasan dalam penelitian ini agar penelitian ini menjadi lebih fokus, yaitu :

- 1) Pembatasan pada waktu. Dikarenakan kampanye *Stop Asian Hate* masih terus berjalan hingga waktu yang belum ditentukan, peneliti mencoba membatasi periode observasi kajian pustaka yang ingin diteliti, yaitu sejak 2021 saat awal BTS berpartisipasi di dalam kampanye *Stop Asian Hate* di twitter hingga 2022 saat BTS berkunjung ke Gedung Putih untuk membicarakan isu rasisme yang terjadi kepada *Asian American*. Pembatasan waktu ini dilakukan karena keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian sehingga apabila setelah periode ini ada perubahan atau perkembangan dari fenomena ini, peneliti tidak dapat memasukkannya ke dalam penelitian.
- 2) Pembatasan pada informan untuk melakukan wawancara sebagai data pendukung atau sekunder, guna mendukung dan memperkuat penelitian ini. Guna tidak meluasnya bahasan pada penelitian ini, peneliti hanya

mewawancara informan yang memiliki pemahaman mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini. Narasumber pertama adalah dosen ilmu komunikasi yang paham mengenai *K-Pop* dan pernah melakukan penelitian mengenai BTS. Narasumber kedua adalah konsultan budaya Korea Selatan. Dan narasumber yang ketiga adalah narasumber memahami mengenai hubungan antara Korea dan Amerika serta memahami isu-isu khususnya rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.

Data primer yang diambil berupa pengamatan peneliti dari hasil dokumentasi di sosial media dan berita online mengenai gerakan sosial *Stop Asian Hate*, pidato BTS di Gedung Putih serta diskusi BTS bersama Kamilla Harris dan Joe Biden yang dipublikasikan melalui akun youtube *The White House*. Sementara data sekunder berasal dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada tiga narasumber yang paham mengenai *fandom* dan *K-Pop*, *Korean Wave*, serta isu-isu khususnya rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan pertanyaan penelitian ini, diantaranya adalah :

- 1) Apa itu *Stop Asian Hate*?
- 2) Bagaimana aktivitas grup *K-Pop* BTS sebagai *campaign ambassador* *Stop Asian Hate*?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa itu gerakan *Stop Asian Hate* dan bagaimana aktivitas grup K-Pop BTS sebagai *campaign ambassador Stop Asian Hate*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat akademis dimana peneliti ingin penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai bagaimana aktivitas grup K-Pop BTS sebagai *campaign ambassador Stop Asian Hate*. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai seorang *campaign ambassador*. Tidak hanya itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5.2. Manfaat Sosial

Melalui penelitian ini, peneliti berharap bahwa masyarakat dan sekitar bisa mengetahui bagaimana seorang idola dapat berperan sebagai seorang *campaign ambassador*. Tidak hanya itu, diharapkan dari hal-hal baik yang dilakukan idola dalam penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi banyak anak muda untuk terus berkarya dan memberikan hasil yang berguna bagi sesama dan masyarakat luas.