

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan kemajuan media digital telah mengubah praktik hubungan internasional, termasuk dalam cara suatu negara membangun citra dan pengaruhnya di tingkat global. Jika pada masa sebelumnya kekuatan negara lebih banyak diukur melalui aspek militer maupun ekonomi, maka pada era kontemporer budaya populer justru berkembang menjadi salah satu instrumen penting dalam hubungan internasional. Fenomena tersebut terlihat dari semakin aktifnya berbagai negara menggunakan budaya, media, hiburan, dan industri kreatif sebagai medium diplomasi budaya untuk memperkenalkan identitas nasional sekaligus membangun citra positif di mata masyarakat internasional. Dalam konteks ini, budaya populer tidak lagi dipahami hanya sebagai produk hiburan, melainkan telah berkembang menjadi instrumen strategis yang mampu memengaruhi persepsi global terhadap suatu negara.

Salah satu negara yang berhasil memanfaatkan budaya populer sebagai instrumen diplomasi budaya adalah South Korea melalui fenomena *Korean Wave* atau Hallyu. *Korean Wave* merupakan istilah yang merujuk pada penyebaran budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara melalui drama, musik, film, fashion, kosmetik, kuliner, hingga media digital. Fenomena ini berkembang secara signifikan sejak akhir 1990-an dan terus mengalami ekspansi global hingga saat ini. Berdasarkan laporan Korea Foundation tahun 2024, jumlah penggemar Hallyu secara global telah mencapai lebih dari 225 juta orang yang tersebar di 116 negara

(Korea Foundation 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa budaya populer Korea Selatan telah berkembang menjadi fenomena transnasional yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat global.

Keberhasilan *Korean Wave* tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan bagian dari strategi diplomasi budaya Korea Selatan yang dibangun secara terstruktur oleh negara. Pasca krisis ekonomi Asia tahun 1997, pemerintah Korea Selatan mulai melihat industri budaya dan hiburan sebagai sektor strategis yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus memperkuat citra negara di tingkat internasional. Pemerintah Korea Selatan kemudian memberikan perhatian besar terhadap pengembangan industri budaya melalui berbagai kebijakan, investasi, serta dukungan terhadap industri hiburan domestik. Dukungan tersebut dilakukan melalui berbagai lembaga negara seperti Korea Creative Content Agency (KOCCA) dan Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) yang secara aktif mendorong ekspor konten budaya Korea Selatan ke pasar internasional (Kocca.kr 2025) (mcst.go.kr 2024).

Dalam perkembangannya, diplomasi budaya Korea Selatan tidak hanya dijalankan oleh negara melalui institusi formal, tetapi juga melibatkan aktor non-negara seperti perusahaan hiburan, media digital, hingga *idol* K-pop. Agensi hiburan seperti YG Entertainment, SM Entertainment, dan HYBE memiliki peran penting dalam membangun sistem industri hiburan Korea Selatan yang terintegrasi secara global. Melalui sistem pelatihan (*trainee system*), produksi musik, pengelolaan citra artis, distribusi media digital, hingga kolaborasi internasional, agensi hiburan turut menjadi bagian dari pengembangan diplomasi budaya Korea

Selatan. Dengan demikian, penyebaran budaya Korea Selatan tidak hanya bergantung pada negara, tetapi juga pada kerja sama antara pemerintah, industri hiburan, media, dan aktor budaya populer (J. D. Yong 2016).

Selain dukungan negara dan agensi hiburan, perkembangan media digital juga menjadi faktor penting dalam globalisasi *Korean Wave*. Kehadiran platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X memungkinkan budaya populer Korea Selatan tersebar secara cepat dan masif melintasi batas negara. Media digital tidak hanya menjadi sarana distribusi hiburan, tetapi juga membentuk interaksi global antara *idol* dan penggemarnya. Menurut Jin (2016), perkembangan media digital menciptakan partisipasi aktif penggemar internasional dalam menyebarkan budaya Korea melalui aktivitas *fandom*, media sosial, serta konsumsi konten digital secara transnasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam mendukung diplomasi budaya Korea Selatan di era digital.

Fenomena *Korean Wave* juga menunjukkan adanya transformasi dalam praktik diplomasi budaya kontemporer. Jika pada generasi awal Hallyu diplomasi budaya lebih banyak berfokus pada penyebaran drama dan musik sebagai representasi budaya nasional, maka pada era saat ini *idol* K-pop justru berkembang menjadi aktor diplomasi budaya yang memiliki pengaruh global secara individual. *Idol* tidak lagi diposisikan hanya sebagai *entertainer*, melainkan sebagai representasi budaya Korea Selatan yang mampu menjangkau berbagai sektor seperti fashion, kecantikan, gaya hidup, hingga media global. Transformasi tersebut memperlihatkan bahwa diplomasi budaya Korea Selatan berkembang menjadi lebih fleksibel, personal, dan berbasis pada pengaruh figur (Maliangkay 2015).

Dalam konteks tersebut, Jennie Kim menjadi salah satu figur yang merepresentasikan perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan di era kontemporer. Sebagai anggota BLACKPINK, Jennie Kim berhasil membangun pengaruh global tidak hanya melalui musik, tetapi juga melalui industri fashion, kecantikan, dan media digital. Popularitas Jennie Kim terlihat melalui berbagai kolaborasi dengan *brand* internasional seperti Chanel, Calvin Klein, Gentle Monster, dan Tamburins. Kehadirannya dalam berbagai ajang internasional seperti Paris Fashion Week, Coachella, hingga Cannes turut menunjukkan bagaimana *idol* K-pop kini berfungsi sebagai representasi budaya Korea Selatan di panggung global.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa *idol* K-pop saat ini tidak hanya menjadi bagian dari industri hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Melalui pengaruh global yang dimilikinya, Jennie Kim mampu membentuk persepsi internasional terhadap budaya, gaya hidup, dan identitas modern Korea Selatan. Dalam hal ini, pengaruh seorang *idol* tidak hanya berasal dari aktivitas hiburan semata, tetapi juga dari kemampuan mereka membangun citra, simbol, dan daya tarik budaya yang dapat diterima masyarakat internasional. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya hubungan antara budaya populer, media global, industri hiburan, dan kepentingan nasional Korea Selatan dalam praktik diplomasi budaya kontemporer (Driessens 2013).

Selain itu, perkembangan industri hiburan Korea Selatan juga menunjukkan adanya transformasi dalam sistem agensi dan pengelolaan *idol*. Pada generasi awal

Hallyu, *idol* umumnya terikat secara penuh pada satu agensi hiburan. Namun pada era saat ini, *idol* generasi baru mulai memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam mengembangkan identitas personal dan aktivitas individual di luar agensi utama mereka. Hal tersebut terlihat dari pembentukan ODD ATELIER oleh Jennie Kim sebagai agensi individual di luar aktivitas grup bersama YG Entertainment. Perubahan tersebut menunjukkan adanya evolusi dalam industri hiburan Korea Selatan sekaligus memperlihatkan bentuk baru diplomasi budaya yang semakin berorientasi pada *individual branding* dan *celebrity influence*.

Pemilihan Jennie Kim sebagai studi kasus dalam penelitian ini didasarkan pada posisinya yang merepresentasikan transformasi terbaru dalam perkembangan Korean Wave dan diplomasi budaya Korea Selatan. Berbeda dengan banyak *idol* K-pop yang pengaruhnya masih terkonsentrasi pada industri musik atau hiburan, Jennie Kim berhasil membangun pengaruh lintas sektor yang mencakup musik, fashion, kecantikan, media digital, hingga kewirausahaan kreatif melalui pendirian agensi ODD ATELIER. Kondisi ini menjadikan Jennie Kim tidak hanya berperan sebagai entertainer, tetapi juga sebagai figur budaya global yang memiliki kapasitas untuk membentuk tren konsumsi, preferensi budaya, dan representasi identitas Korea Selatan di tingkat internasional. Karakteristik tersebut membedakan Jennie Kim dari sejumlah figur budaya populer Korea lainnya karena pengaruh yang dimilikinya tidak hanya bersifat artistik, tetapi juga terhubung dengan berbagai sektor industri global.

Pengaruh tersebut sering kali disebut sebagai “*Jennie Effect*”, yaitu fenomena ketika produk, merek, atau tren yang diasosiasikan dengan Jennie Kim mengalami

peningkatan perhatian publik, eksposur media, maupun minat konsumen secara signifikan. Fenomena ini terlihat melalui berbagai kolaborasi dan kerja sama Jennie Kim dengan merek internasional maupun merek asal Korea Selatan seperti Chanel, Calvin Klein, Gentle Monster, Tamburins, dan Hera. Selain itu, pengaruh global Jennie Kim juga tercermin melalui kehadirannya di media digital dengan lebih dari 87 juta pengikut Instagram pada tahun 2025, yang menjadikannya salah satu figur Korea Selatan dengan jangkauan audiens internasional terbesar di platform tersebut. Pengaruh tersebut juga terlihat pada berbagai kolaborasi komersial yang diasosiasikan dengan dirinya, seperti peningkatan visibilitas dan performa bisnis sejumlah merek yang bekerja sama dengannya. Dalam konteks ini, pengaruh Jennie Kim tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi bagi perusahaan yang bekerja sama dengannya, tetapi juga meningkatkan visibilitas produk budaya dan industri kreatif Korea Selatan di pasar global. Dengan demikian, celebrity capital yang dimiliki Jennie Kim tidak berhenti pada popularitas personal, melainkan dapat dikonversi menjadi pengaruh budaya, simbolik, dan ekonomi yang melampaui batas industri hiburan.

Fenomena tersebut menjadi penting untuk dikaji dalam perspektif Hubungan Internasional karena menunjukkan adanya transformasi dalam praktik diplomasi budaya kontemporer. Jika pada masa sebelumnya diplomasi budaya lebih banyak dipahami sebagai aktivitas yang dijalankan oleh negara melalui institusi formal, maka perkembangan Korean Wave memperlihatkan bahwa figur budaya populer dapat berfungsi sebagai aktor non-negara yang turut membangun citra dan pengaruh suatu negara secara global. Dalam kasus Jennie Kim, pengaruh yang

dimilikinya menunjukkan bahwa representasi budaya Korea Selatan tidak lagi hanya disalurkan melalui kebijakan negara atau produk budaya nasional, tetapi juga melalui celebrity capital, media digital, dan jaringan industri global yang dimiliki oleh individu. Oleh karena itu, penelitian terhadap Jennie Kim tidak hanya relevan untuk memahami perkembangan Korean Wave, tetapi juga berkontribusi dalam memperluas kajian diplomasi budaya dengan menempatkan figur individu sebagai unit analisis dalam memahami transformasi aktor dan mekanisme pengaruh budaya dalam hubungan internasional kontemporer.

Meskipun popularitas Jennie Kim sering dipahami sebagai hasil keberhasilannya dalam industri hiburan global, citra yang dimilikinya sesungguhnya tidak terbentuk secara alamiah. Citra tersebut merupakan hasil dari proses konstruksi yang melibatkan berbagai aktor dan struktur pendukung, seperti agensi hiburan, media digital, industri fashion global, serta perkembangan Korean Wave sebagai fenomena budaya transnasional. Melalui berbagai aktivitas di bidang musik, fashion, media sosial, dan kolaborasi dengan merek internasional, Jennie Kim tidak hanya membangun identitas sebagai selebritas global, tetapi juga merepresentasikan nilai, gaya hidup, dan budaya Korea Selatan kepada audiens internasional. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana konstruksi citra tersebut terbentuk dan berkontribusi terhadap praktik diplomasi budaya Korea Selatan di era digital.

Penelitian terdahulu mengenai Korean Wave umumnya lebih banyak membahas Hallyu dalam perspektif diplomasi budaya yang bersifat makro atau kelembagaan, dampak ekonomi industri hiburan, maupun fenomena fandom global.

Sementara itu, penelitian mengenai *idol* K-pop sering kali berfokus pada aspek popularitas, media sosial, celebrity branding, atau peran grup *idol* secara umum dalam penyebaran budaya Korea Selatan. Meskipun demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana citra seorang *idol* K-pop dikonstruksi sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan melalui interaksi antara negara, agensi hiburan, media digital, dan industri global. Selain itu, sebagian besar penelitian masih menempatkan Korean Wave dan diplomasi budaya pada tingkat analisis makro, sehingga kajian yang menelaah proses pembentukan pengaruh budaya seorang *idol* melalui akumulasi dan pemanfaatan celebrity capital masih relatif terbatas. Keterbatasan tersebut semakin terlihat pada studi mengenai transformasi diplomasi budaya Korea Selatan yang melibatkan figur *idol* multi-sektor dengan pengaruh lintas industri, khususnya dalam studi kasus Jennie Kim yang beroperasi di persimpangan industri hiburan, media digital, fashion global, dan global branding. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis konstruksi citra Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan melalui pendekatan *celebrity capital*.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan di era digital melalui peran aktor non-negara. Penelitian ini juga penting untuk menjelaskan bagaimana Korea Selatan membangun ekosistem diplomasi budaya melalui dukungan negara, industri hiburan, media digital, dan globalisasi budaya populer. Dengan menjadikan Jennie Kim sebagai studi kasus,

penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis dalam kajian Hubungan Internasional, khususnya terkait diplomasi budaya, aktor non-negara, dan budaya populer dalam hubungan internasional kontemporer.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan *Korean Wave* menunjukkan bahwa budaya populer Korea Selatan telah berkembang menjadi instrumen diplomasi budaya yang melibatkan berbagai aktor non-negara, termasuk *idol* K-pop. Dalam perkembangannya, *idol* tidak lagi hanya berperan sebagai *entertainer*, tetapi juga sebagai representasi budaya Korea Selatan di tingkat global melalui musik, fashion, media digital, dan berbagai kolaborasi internasional. Salah satu figur yang merepresentasikan fenomena tersebut adalah Jennie Kim yang memiliki pengaruh global melalui berbagai aktivitas budaya populer lintas sektor. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: **Bagaimana konstruksi citra Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan periode 2016–2025?**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi citra Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan di era globalisasi digital. Penelitian ini berupaya memahami bagaimana budaya populer Korea Selatan, khususnya melalui industri hiburan dan *Korean Wave*, berkembang menjadi instrumen diplomasi budaya yang mampu memperkuat citra serta pengaruh

Korea Selatan di tingkat internasional. Dalam hal ini, Jennie Kim dipandang tidak hanya sebagai figur hiburan, tetapi juga sebagai representasi budaya Korea Selatan yang memiliki pengaruh global melalui berbagai sektor seperti musik, fashion, kecantikan, media digital, dan gaya hidup populer.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pemerintah Korea Selatan, industri hiburan, media digital, dan agensi hiburan membangun ekosistem diplomasi budaya Korea Selatan melalui perkembangan *Korean Wave*. Penelitian ini akan mengkaji keterlibatan negara melalui dukungan terhadap industri budaya dan hiburan, termasuk melalui lembaga seperti Korea Creative Content Agency (KOCCA), serta peran agensi hiburan dalam membentuk *idol* K-pop sebagai representasi budaya Korea Selatan di tingkat global.

Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *celebrity capital* yang dimiliki Jennie Kim berkembang menjadi bentuk pengaruh simbolik dan budaya yang mendukung diplomasi budaya Korea Selatan. Melalui berbagai kolaborasi internasional dengan industri fashion dan *luxury brand*, keterlibatan dalam acara global seperti Coachella dan Paris Fashion Week, serta eksistensinya di media digital, penelitian ini ingin menunjukkan bagaimana seorang *idol* K-pop dapat berfungsi sebagai aktor diplomasi budaya kontemporer yang berperan dalam membentuk citra, identitas, dan daya tarik budaya Korea Selatan di mata masyarakat internasional (Driessens 2013).

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara budaya populer, konstruksi citra, dan praktik diplomasi budaya dalam hubungan internasional kontemporer. Dengan menempatkan konstruksi citra *idol* K-pop sebagai fokus analisis, penelitian ini berupaya menunjukkan bahwa budaya populer tidak dapat dipahami sebagai ranah yang netral atau semata-mata bersifat hiburan, melainkan sebagai ruang simbolik di mana kepentingan industri, media, dan negara saling beririsan dalam membentuk daya tarik dan pengaruh suatu bangsa di tingkat global (Cull 2009).

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi refleksi kritis terhadap peran figur selebritas dalam praktik diplomasi budaya, khususnya terkait bagaimana citra individu dikonstruksi, disirkulasikan, dan dimaknai secara global sebagai bagian dari strategi budaya suatu negara. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti potensi daya tarik yang dihasilkan oleh figur publik, tetapi juga mengungkap kompleksitas dan kerentanan yang muncul ketika diplomasi budaya semakin bergantung pada aktor non-negara berbasis budaya populer.

1.4.1 Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Hubungan Internasional, khususnya dalam pembahasan mengenai diplomasi budaya, aktor non-negara, budaya populer, dan *Korean Wave* dalam konteks hubungan internasional kontemporer. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian akademis mengenai transformasi diplomasi budaya di era digital, di mana aktor non-negara seperti *idol* K-pop memiliki pengaruh yang

semakin signifikan dalam membangun citra dan identitas suatu negara di tingkat global.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang membahas budaya populer Korea Selatan, industri hiburan, media digital, *celebrity capital*, dan peran selebritas dalam diplomasi budaya modern. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam studi Hubungan Internasional yang tidak hanya berfokus pada negara sebagai aktor utama, tetapi juga melihat bagaimana aktor non-negara dapat berperan dalam mendukung kepentingan budaya dan citra nasional suatu negara.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan melalui budaya populer dan industri hiburan, khususnya melalui fenomena *Korean Wave* dan perkembangan *idol* K-pop sebagai representasi budaya Korea Selatan di tingkat internasional. Melalui penelitian ini, penulis juga ingin menunjukkan bahwa budaya populer tidak lagi hanya dipahami sebagai bentuk hiburan semata, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari strategi diplomasi budaya yang mampu membentuk citra dan pengaruh suatu negara di tingkat global.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti yang memiliki ketertarikan terhadap kajian diplomasi budaya, budaya populer, media digital, aktor non-negara, dan *Korean Wave* dalam studi Hubungan Internasional. Melalui studi kasus Jennie Kim, penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan bagaimana seorang *idol* K-pop mampu memiliki

pengaruh budaya, simbolik, dan ekonomi yang tidak hanya berdampak pada industri hiburan, tetapi juga pada penyebaran budaya populer Korea Selatan secara global.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis sesuai dengan fokus penelitian mengenai konstruksi citra Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Setiap bab memiliki keterkaitan satu sama lain untuk mendukung pembahasan penelitian secara terarah dan komprehensif.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bab ini penulis menjelaskan fenomena perkembangan *Korean Wave* sebagai bagian dari diplomasi budaya Korea Selatan serta transformasi *idol* K-pop menjadi aktor non-negara dalam hubungan internasional kontemporer. Selain itu, bab ini juga memaparkan alasan pentingnya penelitian dilakukan melalui penjelasan mengenai fenomena globalisasi budaya populer Korea Selatan, perkembangan media digital, serta posisi Jennie Kim sebagai figur global yang merepresentasikan budaya Korea Selatan di tingkat internasional.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kajian pustaka, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, argumen utama penelitian, serta metode penelitian yang digunakan oleh penulis. Pada bagian kajian pustaka, penulis menguraikan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan diplomasi budaya, *Korean Wave*, budaya populer Korea Selatan, dan aktor non-negara dalam hubungan internasional. Selanjutnya, penulis menjelaskan konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian, yakni diplomasi budaya, aktor non-negara, dan *celebrity capital* sebagai landasan analisis penelitian. Pada bab ini juga dijelaskan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk menganalisis data dan fenomena yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DAN PERKEMBANGAN KOREAN WAVE

Bab ini membahas perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave* sebagai strategi budaya global Korea Selatan. Penulis akan menguraikan bagaimana pemerintah Korea Selatan mendukung perkembangan industri budaya dan hiburan melalui kebijakan negara serta lembaga seperti Korea Creative Content Agency (KOCCA). Selain itu, bab ini juga membahas peran agensi hiburan, media digital, dan industri *entertainment* dalam mendukung penyebaran budaya populer Korea Selatan ke tingkat global. Pada bab ini penulis juga menjelaskan transformasi *idol* K-pop sebagai

aktor diplomasi budaya kontemporer yang tidak hanya bergerak di bidang musik, tetapi juga pada sektor fashion, media, dan industri global lainnya.

BAB IV JENNIE KIM SEBAGAI AKTOR NON NEGARA DALAM DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN

Bab ini berfokus pada pembahasan mengenai konstruksi citra global Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Penulis akan membahas bagaimana citra Jennie Kim dibangun melalui industri hiburan, media digital, fashion, dan berbagai kolaborasi internasional. Selain itu, bab ini juga membahas *celebrity capital* Jennie Kim melalui kerja samanya dengan berbagai *luxury brand* internasional, keterlibatan dalam ajang global seperti Coachella dan Paris Fashion Week, serta pengaruh media digital dalam memperluas eksistensi globalnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai konstruksi citra Jennie Kim sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Penulis juga memaparkan temuan utama penelitian terkait perkembangan diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave* dan *idol* K-pop sebagai representasi budaya Korea Selatan di era digital. Selain itu, bab ini memuat saran dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan diplomasi budaya, budaya populer, aktor non-negara, dan

perkembangan *Korean Wave* dalam kajian Hubungan Internasional kontemporer.

