

Peran Akun Instagram Blackpink dalam Penyebaran Budaya Korea

Imelda Viranika Lupita¹, Husnaeni Fauziah Amani²

^{1,2}Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

e-mail: husnaeni.fauziah@ecampus.ut.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Article history:</p> <p>Received April 29th, 2025</p> <p>Revised May 23th, 2025</p> <p>Accepted May 23th, 2025</p>	<p><i>Information and communication technology development has blurred geographical boundaries and accelerated cross-country cultural exchange. The Korean Wave is a global phenomenon that has spread South Korean culture worldwide through entertainment media such as music, drama, and films. Blackpink is one of the girl groups that plays a role in the spread of South Korean culture. One social media platform with many users is Instagram, which will have 1.58 billion users in 2024. This study aims to see the role of the Blackpink Instagram account (@blackpinkofficial) in spreading Korean culture. This study used a qualitative descriptive method by observing the @blackpinkofficial account. The results of this study are that the Black Pink Instagram account spreads Korean culture through the uploaded content. The content contains traditional Korean clothing, musical instruments and dances.</i></p> <p>Keywords: Culture, Instagram Account, Social Media, Cultural Dissemination</p>
	<p>Abstrak</p> <p>Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengaburkan batas-batas geografi dan mempercepat pertukaran budaya lintas negara. Korean Wave merupakan salah satu fenomena global penyebaran budaya Korea Selatan ke seluruh penjuru dunia melalui media hiburan seperti musik, drama, dan juga film. Blackpink merupakan salah satu grup musik perempuan (<i>girlgroup</i>) yang ikut berperan dalam penyebaran budaya Korea Selatan tersebut. Salah satu media sosial yang memiliki pengguna besar adalah Instagram dengan 1,68 miliar di tahun 2024. Penelitian ini ingin melihat bagaimana peran akun Instagram Blackpink (@blackpinkofficial) dalam menyebarkan budaya Korea. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi pada akun @blackpinkofficial. Hasil penelitian ini adalah akun Instagram Black Pink melakukan penyebaran budaya korea melalui konten yang diunggah. Konten-konten tersebut memuat pakaian, alat musik serta tari tradisional Korea.</p> <p>Kata Kunci: Budaya, Akun Instagram, Media Sosial, Penyebaran Budaya.</p>

PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah melahirkan cara baru dalam komunikasi yang termediasi agar lebih

mudah dan ramah digunakan. Hal ini tentu berdampak pada informasi global yang dapat masuk dengan cepat dan mengikis budaya tradisional Indonesia (Fariszy, Sagita, Abadi, & Ratna, 2024). Dalam ekosistem digitalisasi, penggunaan platform digital saat ini merupakan resegmentasi dari interaksi dan situasi dari sosial budaya yang ada pada masyarakat (Rozi, Ida, & Irawanto, 2024). Teknologi komunikasi yang mampu mengoptimalkan pencapaian serta kepentingan personal maupun organisasional akan membawa perubahan positif secara efektif dan efisien (Hafsi, dkk, 2023). Dengan perkembangan teknologi internet tersebut, penyebaran budaya populer seperti Pop Korea (K-Pop) menjadi lebih cepat dan pesat di kalangan masyarakat. Ahmad Nabil (2024) mengatakan bahwa Budaya Pop dilihat dari perspektif sosiologis merupakan budaya yang banyak diminati dan cepat berganti. Menurut Andi Asari (2023) dalam Buku Komunikasi Digital, terdapat lebih dari 170 juta jiwa yaitu sekitar 61,8 persen diantaranya merupakan pengguna sosial media yang aktif. Penggemar K-Pop seringkali melakukan berbagai hal untuk meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan, membeli bermacam *merchandise* idolanya melebihi kemampuan ekonomi mereka, serta melakukan segalanya untuk mendukung sang idola (Fachrosi, 2020).

Berdasarkan tabel statistik penelitian Abdillah pada akhir tahun 2022 terdapat 1.393 juta jiwa penduduk Indonesia merupakan pengguna Instagram. Budaya paling populer yang menjadi *tren* di kalangan pengguna Instagram saat ini ialah Budaya Pop Korea (K-Pop). Banyak akun dari idol, aktris, aktor, maupun agensi baik akun pribadi maupun akun fandom dari Korea Selatan tersebut yang menjadi pusat perhatian para pengguna Instagram. Salah satunya yaitu akun Instagram @blackpinkofficial, akun resmi milik girl grup asal korea selatan bernama Blackpink dengan lebih dari 57,4Juta pengikut di Instagram.

Blackpink merupakan grup vokal wanita yang dibentuk pada bulan Agustus tahun 2016 di bawah naungan agensi YG Entertainment dengan empat anggota yakni Jennie, Jisoo, Lisa, dan Rose. Kesuksesan komersial blackpink yang diraih tidak hanya di korea selatan, namun sudah merambah ke berbagai negara lainnya, bahkan mereka juga mendapat kontrak *exclusive* dari label *Interscope* dan *Universal Music Group* untuk aktivitas di luar Asia. Berdasarkan data forbes, Blackpink menjadi girl group K-Pop pertama yang meraih *chart* tertinggi sepanjang masa di Hot Billboard 100 sejak debut pertama nya pada tahun 2016 lalu. Selain itu pada laman Majalah Time, Blackpink masuk dalam daftar 100 Next sebagai bagian dari 100 bintang yang sedang naik daun (*hits*) dan akan berpengaruh di masa depan dalam berbagai bidang seperti bisnis, hiburan, olahraga, politik, ilmu pengetahuan, ekonomi, dan budaya. Bahkan *United Nation (UN)* memilih Blackpink untuk menjadi duta *UN Climate Change COP26* atau lebih dikenal sebagai KTT Perubahan Iklim ke-26 di Glasgow, Skotlandia, di tahun 2021. Berkat kesuksesan mereka ini pemerintah Korea Selatan menyebut Blackpink sebagai aset dan *icon* negara nya. Ketika kunjungan Presiden Korea Selatan di Istana Buckingham pada bulan November 2023, Blackpink turut hadir sebagai tamu kehormatan dan duta budaya korea selatan dalam acara *South Korea – UK State Banquet* yang bertujuan untuk memperkuat ikatan budaya antara kedua negara. Berdasarkan prestasi dan pengaruh nya tersebut, Blackpink berhasil membawa nama dan budaya korea selatan dalam lingkup Internasional. Sebagai suatu kajian terhadap fenomena yang sedang berlangsung, penelitian ini membuka potensi perubahan terkini yang dapat terjadi seiring dengan perkembangan teknologi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran akun Instagram @blackpinkofficial dalam menyebarkan budaya Korea Selatan melalui media sosial secara digital.

METODOLOGI

Sebagai suatu kajian terhadap fenomena yang sedang berlangsung, penelitian ini membuka potensi perubahan terkini yang dapat terjadi seiring dengan perkembangan teknologi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran akun Instagram @blackpinkofficial dalam menyebarkan budaya K-Pop melalui media sosial secara digital. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi pada akun @blackpinkofficial.

HASIL DAN DISKUSI

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, kecanggihan teknologi yang ada membuat manusia dapat mengakses internet dengan mudah. McLuhan dalam bukunya menuliskan mengenai konsep “global village”, di mana teknologi telah mengaburkan batasan geografis antar negara (McLuhan, 1989). Kemunculan media sosial mempercepat proses penyebaran budaya. Informasi yang ada pada media sosial saat ini berkaitan dengan budaya populer atau dikenal sebagai budaya pop. Salah satu budaya paling terkenal saat ini ialah Budaya Pop Korea (K-Pop) dengan perkembangan industri hiburannya saat ini yang sangat maju dan berkembang. Melalui tingkat ketenaran Korea di industri entertainment tersebut, kini negaranya semakin dikenal dunia. Berbagai kegiatan yang dilakukan termasuk dalam pengelolaan pengaturan segala komunikasi internal dan eksternal yang ditujukan untuk menemukan keuntungan (Ummah, et al., 2021). Budayanya pun semakin terkenal hingga ditiru dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat negara lain, mulai dari gaya busana (fashion), makanan, genre musik, drama, tarian, hingga lainnya. Besarnya citra Blackpink di masyarakat juga membawa potensi besar terhadap tingkat penjualan berbagai merk produk yang berkolaborasi dengan mereka, salah satu contoh ialah biskuit Oreo (Oktavia et al., 2023). Blackpink berada di peringkat pertama kategori Male or Female Idol Group Brand Reputation Ranking di bulan November 2024 dengan pencapaian 12,8 juta point. Dalam perspektif industri budaya, budaya populer ini juga seringkali dimaknai sebagai budaya yang lahir atas antusias pengguna media yang didukung oleh perkembangan layanan dan teknologi media seperti yang tertulis dalam buku “Antara Resistensi Dan Hegemoni Kapitalisme Di Era Digital” karya Sugihartati (2017). Potensi dan pengaruh Blackpink terhadap masyarakat dan dunia melalui laman akun Instagram mereka pun selalu dalam rating tinggi dan trending hingga mencapai lebih dari 1 juta like pada setiap satu unggahan.

Pakaian Tradisional Korea

Pada postingan promosi lagu terbaru mereka yang berjudul “How You Like That” di Instagram, Blackpink memberikan konsep berbeda pada gaya busana yang digunakan. Mereka menggunakan pakaian tradisional korea bernama *hanbok* yang dimodifikasi dengan gaya modern. *Hanbok* pada umumnya berwarna cerah dengan corak sederhana serta tidak memiliki saku, dan secara harfiah berarti “pakaian orang korea” yang biasa digunakan secara formal maupun semi-formal dalam perayaan atau festival tradisional. Selain digunakan pada saat syuting musik video pada gambar 2, mereka juga mengenakan *hanbok* ini pada acara musik *SBS Inkigayo* (gambar 1).



Figur 1. Blackpink Post – Baju Tradisional
(Sumber: Blackpink, N.d)

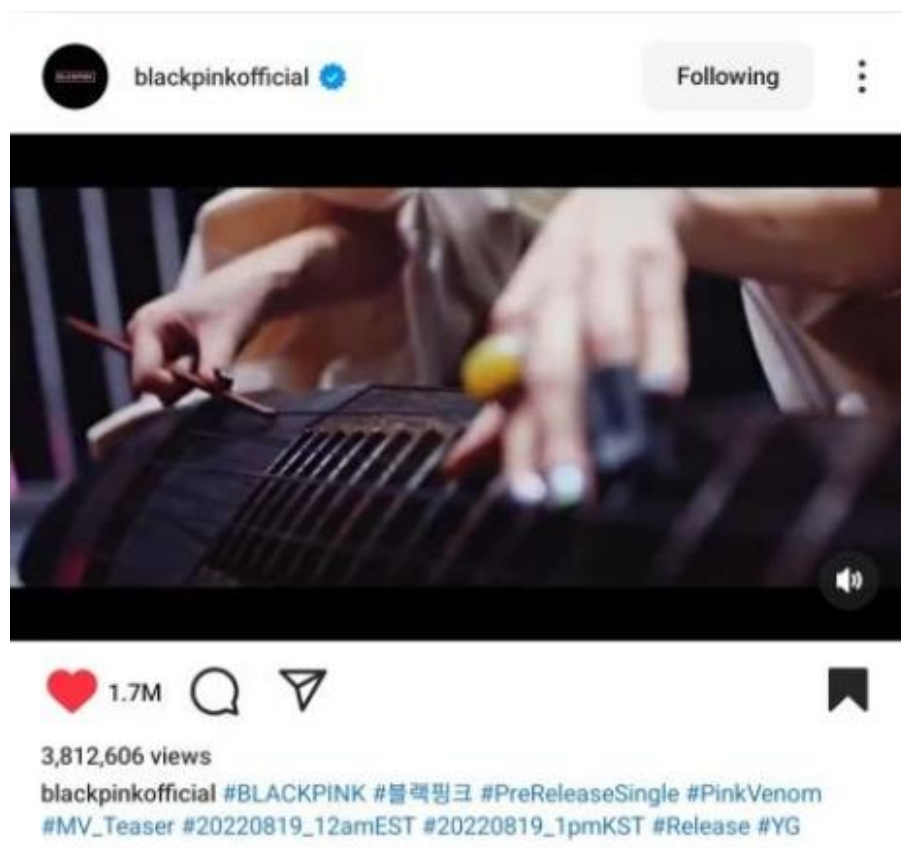


Figur 2. Blackpink Post – Baju Tradisional II

(Sumber: Blackpink, N.d)

Hanbok yang dikenakan pun menjadi *trending* dikalangan Blink (sebutan fans Blackpink) seluruh dunia dengan nama “Hanbok Blackpink”. Dilansir dari Fimela.com (Putri, 2020), Perusahaan Danha Seoul yakni brand *hanbok* yang dikenakan Blackpink mengungkapkan bahwa situs web mereka mencapai jumlah pengunjung terbanyak yakni 10.000 pengunjung internasional dan lokal per hari yang berasal dari Korea, Amerika Serikat, Eropa, dan Asia. Pengunjung Amerika Serikat paling banyak mengakses situs web Danha, diikuti pengunjung dari Eropa dan Asia (Putri, 2020). Hal tersebut membuktikan bahwa Blackpink melalui postingannya di akun Instagram @blackpinkofficial berperan dalam menyebarkan budaya Korea Selatan dalam hal ini adalah pakaian tradisional hanbok.

Alat Musik Tradisional Korea



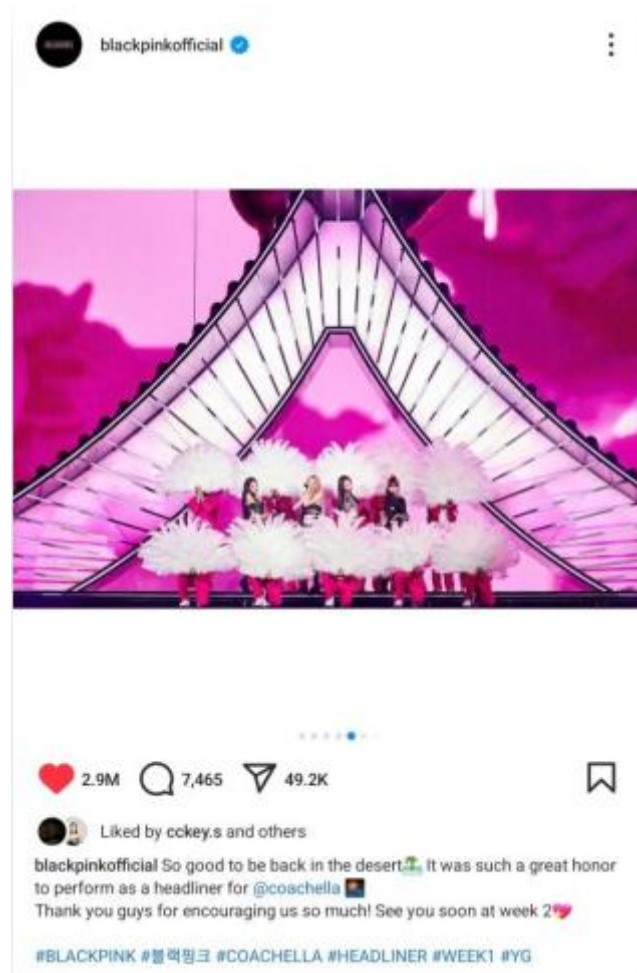
Figur 3. Blackpink Post – Alat Musik Tradisional

(Sumber: Blackpink, N.d)

Pada gambar 3 diatas, merupakan postingan Blackpink mengenai *MV teaser* lagu mereka yang berjudul “*Pink Venom*”. Dalam postingan tersebut, nampak salah satu anggota Blackpink yakni Jisoo memainkan alat musik tradisional korea yang disebut *Geomungo*, dilengkapi dengan *hanbok* tradisional serta aksesoris dan gaya rambut khas korea. Dikutip dari situs Unisa, *geomungo* atau *hyeon-geum* ini merupakan kecapi hitam yang dimainkan dengan cara dipetik menggunakan tongkat bambu kecil bernama *suldae*. Melalui MV tersebut, Blackpink turut

berkontribusi dalam upaya pelestarian budaya tradisional korea yang dikolaborasikan dalam musik K-Pop saat ini yang lebih modern. Hal ini membuktikan bahwa unsur budaya tradisional juga dapat menyatu dalam industri saat ini, dengan total penayangan MV tersbesut mencapai lebih dari 914 juta, dan lebih dari 16 juta *like*.

Tari Tradisional Korea



Figur 4. Blackpink Traditional Dance Post

(Sumber: Blackpink, N.d)

Postingan pada gambar 4 diatas, adalah saat Blackpink melakukan *live perform* sebagai *headliner* dalam festival musik dan seni tahunan paling bergensi di Amerika Serikat, yakni Coachella. Ketika menampilkan lagu berjudul “*Tyla Girl*”, mereka menggunakan konsep penggabungan tari modern dengan tari kipas tradisional korea. Pada momen tersebut Blackpink berhasil menampilkan perpaduan warisan budaya Korea Selatan ke hadapan 200 ribu penonton. Komentar di laman Instagram unggahan tersebut ada menyebut Blackpink sebagai “Delegasi Budaya Korea”. Dalam wawancara CNN terhadap beberapa penonton lokal AS, mereka mengaku turut senang dan bangga akan keindahan budaya korea yang ditampilkan Blackpink yang akan membuat dunia tertarik.

Kolaborasi Dengan Game Online

Kolaborasi antara permainan *Players Unknown’s Battlrel Grounds* (PUBG) dan grup musik

Blackpink ini menjadi fenomena karena sukses mengkombinasikan sebuah *game* dan musik. Popularitas Blackpink mampu menarik perhatian penggemar permainan tersebut, dengan turut serta terlibat dalam acara PUBG dan berperan membentuk citra positif pada kolaborasi. Maka hal ini secara tidak langsung menjadi jalur untuk penyebaran budaya korea melalui sebuah permainan *online*, *background* dalam *game* tersebut juga diisi dengan *track* lagu Blackpink yang mayoritas berbahasa korea. Selain itu, mereka juga membuat program interaksi dengan penggemar serta peluncuran konten kreatif terkait tantangan *dance* khas Blackpink.



Figur 5. Blackpink x PUBG Post

(Sumber: Blackpink, N.d)

World Tour

Selain tampil dalam acara musik, Blackpink juga kerap melakukan konser di berbagai negara bahkan benua. Dimulai dari benua Asia, benua Australia, Thailand, Perancis, wilayah North America, dan Filipina. Hal ini tentu menjadikan penyebaran kebudayaan korea yang dibawakan Blackpink menjangkau lebih luas lagi. Dalam salah satu video yang menunjukkan penampilan Blackpink saat world tour, fans internasional bahkan terlihat sangat fasih dan antusias menyanyikan lagu-lagu mereka dengan lirik berbahasa korea penuh. Banyak dari fans yang hadir, mereka juga sering meniru gaya pakaian ala Blackpink, termasuk mengenakan hanbok.



Figur 6. Blackpink World Tour Post
(Sumber: Blackpink, N.d)

KESIMPULAN

Instagram merupakan salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang besar. Instagram menjadi salah satu media yang dapat digunakan sebagai alat dalam penyebaran budaya. Blackpink merupakan salah satu girlgroup Korea Selatan yang memiliki banyak penggemar dan berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran budaya Korea Selatan. Akun Instagram Blackpink memainkan peranan yang penting dalam penyebaran budaya Korea Selatan secara global. Instagram dapat menjadi media bagi Blackpink untuk terlibat dengan beragam audiens internasional sehingga semakin memudahkan untuk dapat mempromosikan pertukaran dan pemahaman budaya Korea Selatan, seperti budaya berpakaian hingga tarian.

REFERENSI

- Abdillah, L. (2022). *Peranan media sosial modern*. Palembang: Bening Media Publishing. Asari, A., Blackpink [@blackpinkofficial]. (N.d). Instagram. <https://www.instagram.com/blackpinkofficial/?hl=en>
- Syaifuddin, E., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H., Adhicandra, I., . . . Murti, S. (2023). *KOMUNIKASI DIGITAL*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

- Fachrosi, E., Fani, D., Lubis, R., Aritonang, N., Azizah, N., Saragih, D., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Jurnal Diversita*, 5 (2), 194-201.
- Fariszy, R., Sagita, V., Abadi, M., & Ratna, R. (2024). Budaya Tradisional sebagai Daya Tarik Konten Modern: Representasi Unsur Budaya Tradisional dalam Konten Video Karya Raditya Bramantya. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 22(1), 120-140.
- Hafsi, et. al, D. (2023). *Komunikasi di Era Digital Tantangan dan Peluang Menghadapi Disrupsi*. Bandung Barat: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- McLuhan, M. (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Nabil, A., Wirawan, M., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *IKOMIK Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi* 4 (1), 38-43.
- Oktavia, N., et al. (2023). Kolaborasi Strategi Branding Produk Oreo X Blackpink Melalui Pemanfaatan Popularitas Blackpink. *Edunomika – Vol. 7, No. 2*, 1-8.
- Putri, A. (2020). *Perancang Hanbok Blackpink, Ungkapkan Member Terbaik Mengenakan Pakaian Tradisional Korea*. Retrieved from Fimela: <https://www.fimela.com/fashion/read/4304059/perancang-hanbok-blackpink-ungkapkan-member-terbaik-mengenakan-pakaian-tradisional-korea?page=2>
- Rozi, R., Ida, R., & Irawanto, B. (2024). Why We Should See YouTube From Digital Ecology Perspective. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 22 (1)*, 77-91.
- Sugihartati, R. (2017). *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ummah, A., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza, E., Athalarik, F., Moekahar, F., . . . Kairupan, D. (2021). *BOOK CHAPTER KOMUNIKASI KORPORAT TEORI DAN PRAKTIS*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.