



Aespa dan Diplomasi Selebriti Korea Selatan: Representasi Global Activism dalam Forum PBB Pasca-Pandemi

Aqil Diningrat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran, Indonesia; aqil21001@mail.unpad.ac.id

Anggia Utami Dewi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran, Indonesia; anggia.utami@unpad.ac.id

| Dikirim: 10-06-2025 | Diterima: 20-08-2025 | Dipublikasikan: 30-08-2025 |

Keywords

*Celebrity
Diplomacy,
Global Activism,
Digital Society,
Metaverse, Post-
Pandemic Public
Diplomacy*

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic accelerated global digital transformation, giving rise to a “chronically online” society that has spurred the emergence of new diplomatic practices through virtual spaces. This study analyzes K-Pop group Aespa's involvement in the 2022 UN High-Level Political Forum (HLPF) as a form of celebrity diplomacy and global activism in South Korea in the post-pandemic era. Using a descriptive qualitative approach, this study combines thematic analysis and verbatim analysis of Aespa's speeches to explore their metaverse identity, global ethical values, and diplomatic performance. Utilizing the frameworks of Celebrity Diplomacy by Kogen (2015). The findings show that Aespa represents a new form of symbolic and digital diplomatic communication, utilizing narratives of sustainability and technology as a global bridge, conveying universal values. However, their position as non-state actors is constrained by commercial frameworks and the risk of instrumentalization by states or agencies. This study highlights the new dynamics of celebrity diplomacy and the importance of re-reading celebrity agency in the international arena, where moral values and public representation become key tools of post-pandemic cultural diplomacy.

Kata Kunci

Diplomasi
Selebritas,
Aktivisme Global
Masyarakat
Digital,
Metaverse,
Diplomasi Publik
Pascapandemi

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 mempercepat transformasi digital global, melahirkan masyarakat “kronis daring” yang mendorong munculnya praktik diplomasi baru melalui ruang virtual. Studi ini menganalisis keterlibatan grup K-Pop Aespa dalam Forum Politik Tingkat Tinggi PBB (HLPF) 2022 sebagai bentuk diplomasi selebritas dan aktivisme global Korea Selatan di era pascapandemi. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini memadukan analisis tematik dan analisis verbatim terhadap pidato Aespa guna mengeksplorasi identitas metaverse, nilai etis global, dan performa diplomatik mereka. Dengan mengutilisasi kerangka Diplomasi Selebritas dari Kogen (2015). Temuan menunjukkan bahwa Aespa merepresentasikan bentuk baru komunikasi diplomatik yang simbolik dan digital, dengan memanfaatkan narasi keberlanjutan dan teknologi sebagai jembatan global dengan membawa nilai-nilai universal. Namun, posisi mereka sebagai aktor non-negara dibatasi oleh kerangka komersial dan risiko instrumentalisasi oleh negara atau agensi. Studi ini menyoroti dinamika baru diplomasi selebritas dan pentingnya membaca ulang agensi selebritas dalam arena internasional, di mana nilai moral dan representasi publik menjadi alat utama diplomasi budaya pascapandemi.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya bagi kesehatan dan ekonomi global, tetapi juga menjadi katalisator yang kuat bagi transformasi digital di seluruh masyarakat. Lockdown dan langkah-langkah pembatasan sosial memaksa individu dan organisasi di seluruh dunia untuk sangat bergantung pada platform digital untuk bekerja, belajar, hiburan, dan berinteraksi sosial, yang secara mendasar mengubah kehidupan sehari-hari dan mempercepat adopsi teknologi baru (Mahmud, 2021; McKinsey & Company, 2020). Pergeseran cepat ini menyebabkan apa yang digambarkan oleh beberapa akademisi sebagai "akselerasi besar" digitalisasi, yang menciptakan "keterhubungan daring kronis" yang telah menjadi ciri khas era pasca pandemi, khususnya di kalangan anak muda dan khalayak budaya pop global (Brem et al., 2021). Akibatnya, masyarakat digital kini tertanam kuat di ranah publik dan privat, membentuk pola komunikasi, pembangunan komunitas, dan keterlibatan budaya baru (Mahmud, 2021; Brem et al., 2021).

Menanggapi perubahan sosial yang mendalam akibat pandemi COVID-19, Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa atau biasa dikenal dengan sebutan *High Level Political Forum* (HLPF) 2022 mengangkat tema "Membangun kembali dengan lebih baik dari penyakit virus corona (COVID-19) sambil memajukan implementasi penuh Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan" (United Nations, 2022a). HLPF, sebagai platform global utama untuk tindak lanjut dan peninjauan Agenda 2030 dan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau bisa dikenal dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs), menggaris bawahi kebutuhan mendesak untuk mempercepat kemajuan SDG di dunia yang pada dasarnya diubah oleh pandemi dan perluasan masyarakat digital yang cepat (United Nations, 2022b). Forum pada tahun 2022, yang diadakan di New York dari 5 Juli hingga 15 Juli, mempertemukan perwakilan tingkat tinggi dari pemerintah, badan PBB, dan masyarakat sipil untuk merenungkan bagaimana kebijakan pemulihan dapat membalikkan dampak negatif pandemi dan menggerakkan negara-negara untuk mewujudkan visi pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif. Tinjauan mendalam difokuskan pada SDG 4 (pendidikan bermutu), SDG 5 (kesetaraan gender), SDG 14 (kehidupan di bawah air), SDG 15 (kehidupan di darat), dan SDG 17 (kemitraan untuk mencapai tujuan), sembari juga mempertimbangkan sifat saling terkait dari semua SDG dan dampak berbeda dari COVID-19 di berbagai konteks global (United Nations, 2022a; United Nations, 2022b).

Pandemi COVID-19 tidak hanya mempercepat penerapan kerja jarak jauh dan pendidikan daring, tetapi juga mengkatalisasi pertumbuhan pesat komunitas virtual dan *metaverse*, yang pada dasarnya mengubah cara orang berinteraksi, berkolaborasi, dan membangun komunitas di seluruh dunia. Ketika pembatasan fisik dan karantina wilayah menjadi kewajiban, platform digital dan ruang virtual muncul sebagai arena utama untuk komunikasi, sosialisasi, dan aktivisme, yang mengarah pada apa yang digambarkan oleh para akademisi sebagai normalisasi "masyarakat digital" (Brem et al., 2021; Kim et al., 2022). Secara khusus, minat publik terhadap *metaverse* atau juga dapat dikenal sebagai lingkungan digital yang saling terhubung yang memadukan realitas virtual dan bertambah bahkan melonjak drastis selama pandemi dengan tren pencarian dan keterlibatan pengguna menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan secara global (Kim et al., 2022). Pergeseran ini telah menjadikan platform daring dan aplikasi *metaverse* penting untuk pendidikan, hiburan, dan bahkan perawatan kesehatan, serta untuk mendorong bentuk-bentuk baru partisipasi sipil dan pertukaran budaya (Tukur et al., 2023). Sementara *metaverse* menghadirkan peluang baru untuk inovasi dan keterlibatan, hal tersebut juga memperkenalkan tantangan kompleks terkait privasi, ekuitas digital, dan penggunaan teknologi yang etis, yang menyoroti perlunya penelitian dan pengembangan kebijakan yang berkelanjutan dalam domain yang berkembang pesat dewasa ini (Tukur et al., 2023).

Pergeseran menuju masyarakat digital telah mengubah lanskap advokasi, diplomasi, dan keterlibatan individu secara mendasar, karena teknologi dan platform digital memungkinkan bentuk-bentuk partisipasi dan pengaruh baru dalam urusan global. Diplomasi digital, yang dicirikan oleh penggunaan

media sosial, forum daring, dan acara virtual, memungkinkan aktor negara dan non-negara tidak terbatas namun termasuk selebritas dan tokoh budaya pop, untuk berkomunikasi secara langsung dengan khalayak global, melewati media tradisional yang selama ini bertindak sebagai penjaga gerbang informasi publik, seperti editor berita atau produser televisi, dan membentuk wacana publik secara real time (Barman, 2023; Diplo, 2024). Platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan YouTube telah menjadi alat penting untuk diplomasi publik, yang memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, keterlibatan interaktif, dan mobilisasi dukungan untuk tujuan sosial (Barman, 2023; Diplo, 2024). Demokratisasi diplomasi ini telah memberdayakan selebritas untuk bertindak sebagai perantara yang berpengaruh, menjembatani kesenjangan antara lembaga dan publik, serta memanfaatkan jangkauan global mereka untuk mengadvokasi berbagai isu mulai dari perubahan iklim hingga kesehatan publik (Barman, 2023; Frey, 2024). Namun, lingkungan digital baru ini juga menghadirkan berbagai tantangan, termasuk risiko misinformasi, keamanan data, dan akses yang tidak merata terhadap teknologi, yang harus ditangani untuk memaksimalkan efektivitas dan inklusivitas advokasi dan diplomasi digital (Barman, 2023; Frey, 2024). Secara keseluruhan, kebangkitan masyarakat digital telah meningkatkan peran selebritas dan tokoh budaya pop sebagai aktor penting dalam membentuk narasi internasional dan memobilisasi keterlibatan kaum muda dalam skala global.

Dalam konteks masyarakat yang mengalami digitalisasi dengan cepat, keterlibatan strategis para selebritas dan influencer dalam mengkomunikasikan isu-isu seperti perubahan iklim dan pembangunan berkelanjutan telah menjadi populer dan efektif. Para selebritas memiliki modal budaya dan visibilitas yang unik, yang memungkinkan mereka untuk menerjemahkan isu-isu yang kompleks atau jauh menjadi narasi yang mudah dipahami dan relevan bagi beragam audiens (Adebayo et al., 2023; Boykoff & Goodman, 2009). Keunggulan mereka dalam budaya populer memungkinkan mereka untuk memobilisasi opini publik, meningkatkan kesadaran, dan menginspirasi perubahan perilaku dengan memanfaatkan platform mereka di media sosial, penampilan publik, dan acara global (Adebayo et al., 2023; Doyle et al., 2018). Penelitian terkini menyoroti bahwa dukungan dan aktivisme selebritas sangat berdampak dalam menjangkau khalayak yang merupakan generasi digital, yang cenderung lebih terlibat dengan konten advokasi yang disampaikan oleh tokoh yang mereka kagumi dan percayai (Adebayo et al., 2023; Boykoff & Goodman, 2009; Goodman et al., 2016). Dengan berpartisipasi dalam pertemuan internasional, menghasilkan konten advokasi, dan memimpin dengan memberi contoh dalam praktik berkelanjutan, selebritas berperan sebagai perantara yang berpengaruh antara lembaga dan publik, memperkuat urgensi aksi iklim dan pentingnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di era pascapandemi (Adebayo et al., 2023; Boykoff & Goodman, 2009).

Melibatkan selebritas dan *influencer* dalam mengkomunikasikan isu perubahan iklim kepada publik menjadi strategi yang populer (Boykoff dan Goodman, 2009; Doyle et al., 2018). Alasan yang diajukan adalah bahwa selebritas dan influencer memiliki pengaruh yang kuat sebagai agen bagi orang-orang yang kurang tertarik pada perubahan iklim karena mereka memfasilitasi hubungan emosional dan naluri dengan penggemar mereka, yang mungkin dianggap jauh dari kehidupan orang-orang dan mempengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan orang-orang (Anderson, 2011; Doyle et al., 2018).

Penggunaan selebritas dalam konteks diplomasi memiliki sejarah yang cukup panjang, khususnya dalam konteks Barat, di mana tokoh-tokoh terkemuka telah memanfaatkan ketenaran mereka untuk mengadvokasi tujuan-tujuan kemanusiaan dan politik di panggung global. Audrey Hepburn, misalnya, menggunakan ketenaran internasionalnya sebagai Duta Besar UNICEF dari tahun 1988 hingga kematiannya pada tahun 1993 untuk menarik perhatian pada hak-hak anak dan penderitaan populasi rentan di seluruh dunia. Misi lapangan Hepburn ke negara-negara seperti Ethiopia, Turki, dan Somalia, dikombinasikan dengan keterlibatan media yang luas, membantu meningkatkan kesadaran global dan memobilisasi sumber daya untuk program-program UNICEF (UNICEF, 2021; Hepburn, 2021). Angelina Jolie telah menjabat sebagai Duta Besar UNHCR dan kemudian sebagai utusan khusus,

membawa perhatian internasional pada krisis pengungsi melalui kunjungan lapangan di lapangan dan advokasi tingkat tinggi di Perserikatan Bangsa-Bangsa, yang secara efektif mempengaruhi opini publik dan diskusi kebijakan tentang pengungsian dan perlindungan kemanusiaan (UNHCR, 2023). George Clooney, sebagai Utusan Perdamaian PBB, telah berkampanye untuk perdamaian di Darfur dan Sudan, menggunakan status selebritasnya untuk melibatkan para pembuat kebijakan dan media, serta untuk meningkatkan kesadaran akan pelanggaran hak asasi manusia dan penyelesaian konflik (Cooper, 2008). Kasus-kasus ini menunjukkan bagaimana selebritas Barat secara historis telah memengaruhi agenda global, bertindak sebagai perantara yang kuat antara lembaga internasional dan masyarakat.

Dengan munculnya teknologi digital dan media sosial, cakupan dan kedekatan diplomasi selebritas telah meluas secara dramatis, mengubah cara advokasi dan pengaruh dilakukan di panggung global. Platform digital seperti Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan selebritas berinteraksi langsung dengan khalayak internasional, melewati penjaga gerbang media tradisional seperti proses seleksi atau penyaringan oleh institusi media tradisional seperti televisi atau surat kabar, dan memobilisasi dukungan untuk tujuan sosial secara real time (Brockington, 2014; Govori Mårtensson, 2017). Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kecepatan dan jangkauan kampanye yang digerakkan oleh selebritas, tetapi juga memungkinkan selebritas non-Barat seperti dari industri K-pop untuk muncul sebagai aktor diplomatik yang berpengaruh, melibatkan publik global dalam berbagai isu mulai dari perubahan iklim hingga keadilan sosial (Govori Mårtensson, 2017; Cooper, 2008). Seiring dengan terus berkembangnya masyarakat digital, diplomasi selebritas semakin dicirikan oleh komunikasi strategis, keterlibatan transmedia, dan kemampuan untuk membentuk wacana publik lintas batas, yang mencerminkan pergeseran yang lebih luas dalam hubungan internasional menuju bentuk diplomasi yang lebih inklusif dan partisipatif (Govori Mårtensson, 2017).

Aespa dapat menjadi contoh dari kemunculan generasi baru diplomat selebritas yang memanfaatkan inovasi digital dan budaya pop global untuk terlibat dalam isu-isu internasional yang mendesak. Sebagai grup K-pop yang mengutilisasi konsep *metaverse* dan kehadiran digital yang kuat, Aespa diposisikan secara unik untuk terhubung dengan audiens pasca pandemi yang terus-menerus online, khususnya kaum muda yang semakin aktif di ruang virtual (Aiying, X., & Hayeon, K., 2022). Mereka juga turut berpartisipasi dalam Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (HLPF) 2022, tempat mereka menyampaikan pidato yang menekankan urgensi keberlanjutan dan pentingnya mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), menggambarkan bagaimana selebritas digital asli dapat berperan sebagai advokat yang efektif di forum internasional (Aiying, X., & Hayeon, K., 2022). Dalam pidatonya, aespa menyoroti keterkaitan antara dunia nyata dan virtual, menegaskan bahwa keberlanjutan *metaverse* bergantung pada kesehatan dan kesetaraan dunia fisik, dan mengajak generasi mendatang untuk mengambil peran aktif dalam memajukan SDGs (Aiying, X., & Hayeon, K., 2022; Aespa, 2022). Kasus ini menunjukkan bagaimana idola K-pop seperti Aespa tidak hanya menjadi duta budaya tetapi juga aktor strategis dalam advokasi global, yang mencerminkan tren yang lebih luas dari diplomasi selebritas yang meluas melampaui konteks Barat dan beradaptasi dengan dinamika masyarakat digital. Partisipasi Aespa di UN HLPF 2022 menunjukkan bagaimana selebritas K-pop dapat bertindak sebagai advokat yang berpengaruh untuk isu-isu global, menunjukkan tren yang lebih luas dalam evolusi diplomasi selebritas. Namun, seperti yang dicatat oleh Cooper, Dobson, dan Wheeler (2017), sebagian besar kajian yang ada masih berpusat pada selebritas dari Barat, dengan perhatian terbatas pada aktor non-Barat dan bentuk keterlibatan yang berasal dari dunia digital. Literature review berikut mengkaji tren ini dan mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang ingin diatasi oleh penelitian ini.

Beberapa studi terkait diplomasi selebritas telah ada seperti dalam beberapa kajian yang masih terdapat dominasi pendekatan yang berakar dari konteks Barat, khususnya wilayah Anglosfer seperti Eropa Barat dan Amerika Utara. Cooper, Dobson, dan Wheeler (2017) menyoroti bahwa meskipun konsep diplomasi selebritas telah mengalami perluasan secara global, struktur kekuasaan yang ada

contohnya seperti hambatan bahasa dan keterbatasan akses terhadap pasar media Barat juga terus mereproduksi fokus yang bersifat hegemonik. Studi-studi yang sering dijadikan rujukan umumnya masih berpusat pada figur-figur seperti George Clooney dan Angelina Jolie, yang aktivitas diplomatik dan medianya berlangsung dalam kerangka institusi Barat (Cooper, Dobson, & Wheeler, 2017). Sebuah kritik mendalam dalam disertasi yang berjudul *Celebrity Diplomacy in the Current Global Economy: A Feminist Perspective* milik Sandra Elizabeth Via menunjukkan bahwa kajian diplomasi selebritas memang benar masih cenderung berfokus pada figur-figur dari dunia Barat, seperti Angelina Jolie dan George Clooney, khususnya terkait advokasi mereka di wilayah-wilayah konflik seperti Darfur dan Sudan. Penelitian tersebut menggarisbawahi bahwa dominasi naratif ini mencerminkan kepentingan negara-negara neoliberal dan sistem media Barat, yang pada akhirnya seringkali mengesampingkan representasi dari selebritas non-Barat atau berasal dari *Global South* (Via, 2011).

Kajian mengenai politik dan diplomasi selebritas non-Barat yang dimuat dalam edisi khusus *Celebrity Studies* juga memperkuat temuan bahwa meskipun terdapat perhatian terbatas terhadap figur-figur dari luar Barat seperti Kuroyanagi Tetsuko dari Jepang atau Youssou N'Dour dari Senegal, hal tersebut masih minim karena dominasi literatur masih bertumpu pada bukti empiris representasi selebritas Barat. Hal ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan terhadap diplomasi selebritas masih sangat berorientasi pada perspektif Barat (Cooper, Dobson, & Wheeler, 2017).

Beberapa penelitian yang fokusnya terhadap Non-Barat memang ada seperti yang dilakukan oleh Postema dan Melissen (2021) menjadi salah satu upaya penting dalam menjembatani kesenjangan dalam literatur diplomasi selebritas yang selama ini terlalu berfokus pada konteks Barat. Dengan menghadirkan studi kasus dari Tiongkok, mereka menunjukkan bagaimana praktik diplomasi selebritas berlangsung secara berbeda di luar lingkungan demokrasi liberal. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengkaji secara kritis bagaimana selebritas Tiongkok yang terlibat sebagai duta besar PBB menavigasi ekspektasi yang saling bertentangan dari Perserikatan Bangsa-Bangsa, negara-partai, dan publik Tiongkok dalam aktivisme digital mereka. Secara khusus, studi mereka bertujuan untuk melampaui sentrisme Barat dalam literatur diplomasi selebritas dengan menganalisis secara empiris komunikasi daring para diplomat selebritas Tiongkok di Weibo, dengan fokus pada dimensi simbolis dan substantif dari aktivitas mereka. Melalui analisis terhadap aktivitas sembilan duta selebritas PBB di Weibo yang memiliki lebih dari 400 juta pengikut, studi ini menunjukkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sangat dipengaruhi oleh kontrol negara, dan bahwa peran para selebritas ini jauh berbeda dengan selebritas diplomat di Barat yang biasanya memiliki ruang lebih besar untuk advokasi independen dan otonomi dalam menyuarakan isu global (Postema & Melissen, 2021).

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Evangelista (2020) secara khusus membahas bagaimana BTS sebagai selebritas dari Korea Selatan berperan dalam praktik diplomasi selebritas melalui kampanye *Love Myself* yang bekerja sama dengan UNICEF, dengan fokus pada promosi kampanye perlindungan anak #ENDviolence. Penelitian ini menggunakan studi kasus kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan BTS dan kampanye tersebut dalam menyampaikan pesan diplomatik melalui media sosial dan kanal digital, serta menyoroti bagaimana selebritas Korea terlibat dalam representasi isu global. Penekanan utamanya adalah pada relasi antara diplomasi selebritas, keterlibatan selebritas non-Barat, dan efektivitas advokasi digital dalam kampanye PBB. Hasil dari penelitian tersebut adalah peningkatan kesadaran publik terhadap isu kekerasan anak dan remaja secara global dapat terjadi dikarenakan strategi komunikasi yang diterapkan berfokus pada media sosial, konser, dan keterlibatan langsung dengan penggemar (ARMY) terbukti efektif dalam memobilisasi dukungan serta menggalang dana internasional untuk program perlindungan anak. Dampak internal kampanye ini mencakup perhatian publik dan perubahan kebijakan di Korea Selatan terkait perlindungan anak, sementara dampak eksternalnya terlihat dari meningkatnya partisipasi masyarakat dalam advokasi digital, donasi global, serta pengarusutamaan pesan perlindungan anak di berbagai negara.

Widyawati dan Gunawan (2023) juga turut meneliti dampak kampanye diplomasi selebritas yang dilakukan oleh grup K-Pop Blackpink dalam konteks isu perubahan iklim, khususnya terhadap komunitas penggemarnya di Indonesia, yaitu Blink Official Indonesia (BOI). Studi ini berangkat dari perkembangan diplomasi modern yang semakin melibatkan aktor non-negara seperti selebritas sebagai duta isu global. Dengan menggunakan metode survei terhadap 203 responden dari komunitas BOI, penelitian ini menemukan bahwa keterlibatan Blackpink sebagai duta kampanye COP26 dan penggunaan platform digital seperti YouTube secara signifikan meningkatkan kesadaran dan partisipasi penggemar terhadap isu perubahan iklim. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa selebritas dapat berfungsi sebagai alat *soft power* yang efektif dalam membentuk persepsi dan respons publik terhadap isu-isu internasional.

Walapun penelitian terhadap konteks non-Barat dapat ditemukan namun masih tergolong sedikit jumlahnya sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan dalam penelitian akademis tentang diplomasi selebritas dengan berfokus pada praktik di luar konteks Barat, khususnya di Asia. Penelitian ini meneliti bagaimana Aespa, sebagai *girlgroup* Korea Selatan dengan identitas *metaverse*, mewujudkan diplomasi selebritas dan aktivisme global dalam masyarakat digital pascapandemi melalui partisipasi mereka dalam Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (HLPF) 2022. Penelitian ini dipandu oleh pertanyaan berikut “Bagaimana identitas *metaverse* Aespa dan konteks masyarakat digital pascapandemi membentuk praktik diplomasi selebritas dan aktivisme global mereka di Forum Politik Tingkat Tinggi PBB 2022?” Untuk menjawabnya, penelitian ini menganalisis isi kata demi kata dari pidato aespa di HLPF, dengan berfokus pada referensi ke nilai-nilai universal dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), dan menilai bagaimana elemen-elemen ini selaras dengan prinsip-prinsip aktivisme global. Selain analisis terhadap pidato, penelitian ini juga memanfaatkan teknik eksploratif berupa visualisasi *word cloud* untuk mengidentifikasi kecenderungan naratif dan frekuensi kata-kata kunci dalam komentar publik digital tentang pidato tersebut. Temuan dari kedua analisis ini digunakan untuk menilai sejauh mana praktik diplomasi selebritas Aespa bersifat afektif, menerima sambutan positif dari audiens, serta merepresentasikan bentuk aktivisme global di era masyarakat digital pascapandemi. Dengan melakukan hal tersebut, penelitian ini berupaya memperkaya literatur tentang diplomasi selebritas di Asia khususnya Korea Selatan dan memberikan wawasan baru tentang peran tokoh budaya pop yang terus berkembang sebagai pendukung global di era digital.

KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi *Celebrity*

Diplomasi publik merujuk pada upaya komunikasi dan keterlibatan strategis oleh negara dan semakin banyak oleh aktor non-negara yang bertujuan mempengaruhi publik asing untuk membentuk persepsi, membangun niat baik, dan memajukan tujuan kebijakan luar negeri (Cull, 2008; Melissen, 2005). Secara tradisional, diplomasi publik dipahami sebagai aktivitas yang dipimpin pemerintah yang berfokus pada komunikasi “pemerintah-ke-rakyat” untuk menjelaskan kebijakan dan menumbuhkan citra positif di luar negeri (Manheim, 1994). Namun, cakupannya telah meluas secara signifikan hingga mencakup beragam aktor seperti organisasi internasional, organisasi non-pemerintah, dan bahkan selebritas yang berpartisipasi dalam advokasi global dan dialog antarbudaya (Signitzer & Coombs, 1992; Gilboa, 2001). Tidak seperti diplomasi konvensional yang dicirikan oleh kerahasiaan dan eksklusivitas, diplomasi publik menekankan keterbukaan, dialog, dan keterlibatan dengan publik asing melalui berbagai saluran termasuk media, pertukaran budaya, pendidikan, dan platform digital (Tuch, 1990; Leonard, 2002). Pemahaman yang lebih luas ini menempatkan diplomasi publik sebagai komponen penting dalam hubungan internasional kontemporer, yang menyediakan konteks diplomatik yang lebih luas di mana diplomasi selebritas beroperasi.

Diplomasi selebritas telah muncul sebagai fenomena penting dalam hubungan internasional, menandai perubahan dari diplomasi tradisional yang berpusat pada negara menuju bentuk baru

diplomasi publik yang memanfaatkan tokoh masyarakat terkenal dalam urusan global. Bentuk diplomasi ini melibatkan selebritas yang menggunakan visibilitas, karisma, dan kehadiran mereka di media untuk meningkatkan kesadaran akan isu-isu internasional, memobilisasi opini publik, dan menjembatani kesenjangan antara publik dan elit diplomatik (Wheeler, 2011; Cooper, 2008; Evangelista, 2020.). Berbeda dengan diplomat tradisional, diplomat selebritas sering kali memperoleh akses langsung ke pembuat kebijakan dan organisasi internasional yang berpengaruh, sehingga memiliki potensi untuk membentuk agenda global (Cooper, 2008; Tsaliki, Frangonikolopoulos, & Huliaras, 2011).

Menurut Kogen (2015), diplomasi selebritas melibatkan advokasi aktif oleh individu terkenal terhadap isu-isu global dan inisiatif kebijakan luar negeri dengan cara yang dapat menjangkau masyarakat luas. Cooper (2007) menyatakan bahwa selebritas mengisi kekosongan legitimasi yang ditinggalkan oleh elit politik, terutama saat lembaga tradisional mengalami krisis kepercayaan dan efektivitas. Perluasan peran ini disebut sebagai “perluasan misi,” di mana selebritas tidak hanya berperan di industri hiburan, tetapi juga tampil sebagai aktor politik global (Choi & Berger, 2010).

Diplomasi selebritas dapat memberikan kontribusi terhadap kekuatan lunak (*soft power*) suatu negara, meskipun banyak di antara mereka beroperasi secara relatif otonom dari institusi negara. Hal ini menjadi semakin relevan di era digital, ketika selebritas mampu berkomunikasi langsung dengan audiens global melalui media sosial dan platform daring lainnya (Brockington, 2014; Cooper, 2008). Dalam konteks ini, status selebritas yang meliputi ketenaran, karisma, dan kekayaan dapat berfungsi sebagai mata uang sosial yang memungkinkan mereka mengangkat isu-isu yang mungkin terabaikan oleh diplomasi formal (Huijser & Tay, 2011; Cooper, Dobson, & Wheeler, 2017).

Beberapa karakteristik mendasar dari diplomasi selebritas mencakup keterlibatan dalam isu-isu global seperti hak asasi manusia, kemiskinan, dan keberlanjutan; kemitraan dengan organisasi internasional sebagai duta besar atau pembawa pesan niat baik; serta penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan dan pengaruh pesan mereka (Evangelista, 2020; Bimstrand, 2018; Kellner, 2010). Kampanye Angelina Jolie di zona konflik, atau penggunaan Twitter dan Instagram oleh BTS, adalah contoh nyata dari karakteristik ini. Munculnya diplomasi selebritas tidak terlepas dari beberapa faktor pendorong. Globalisasi dan kemajuan teknologi komunikasi memungkinkan selebritas melewati saluran diplomatik tradisional dan langsung berinteraksi dengan publik global (Evangelista, 2020.; Cooper, 2008). Penurunan kepercayaan terhadap lembaga politik menjadikan selebritas sebagai suara yang dianggap lebih otentik dan dapat dipercaya (Bimstrand, 2018.; Cooper, 2008). Di saat yang sama, meningkatnya aktivisme dari kalangan selebritas dan diperkuat oleh visibilitas media sosial telah melegitimasi posisi mereka sebagai aktor dalam diplomasi (Evangelista, 2020.).

Masyarakat Digital

Kemajuan pesat teknologi digital dan adopsi luas media sosial telah merevolusi praktik komunikasi dan diplomasi global, memungkinkan keterlibatan langsung yang belum pernah terjadi sebelumnya antara aktor internasional dan khalayak global (Brockington, 2014; Bjola, Cassidy, & Manor, 2023). Platform seperti Twitter (sebelumnya X), TikTok, dan YouTube kini menjadi medium utama dalam diplomasi digital, digunakan untuk menyebarkan informasi, membangun kepercayaan, dan mendorong dialog secara interaktif, melewati kontrol tradisional media arus utama dan saluran diplomatik formal (Diplo, 2024).

Transformasi ini dipercepat secara signifikan oleh pandemi COVID-19, yang mendorong pergeseran komunikasi global dari interaksi tatap muka ke ranah virtual. Era “*kronis daring*” pun muncul, ditandai dengan keterlibatan sosial, politik, dan budaya yang sepenuhnya dimediasi oleh teknologi digital dan platform daring (Manor & Pamment, 2022; Ateş Burç, 2024). Dalam konteks masyarakat digital ini, ruang-ruang diplomatik baru terbentuk melalui representasi virtual seperti *metaverse*, yang tidak hanya

melampaui keterbatasan fisik, tetapi juga memungkinkan aktor untuk memproyeksikan identitas dan narasi secara imersif di ranah digital (Evangelista, 2020).

Lembaga-lembaga internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa turut merespons perkembangan ini dengan mengadopsi pendekatan yang lebih performatif dan viral, memanfaatkan media digital untuk memperluas partisipasi, keterlibatan, dan visibilitas dalam tata kelola global (Ateş Burç, 2024; Manor & Pamment, 2022). Dalam praktiknya, diplomat, aktivis, dan selebritas kini menjadikan ruang digital sebagai arena utama untuk mempertahankan pengaruh, memobilisasi dukungan, serta menyampaikan pesan politik dan moral (Bjola et al., 2023; Diplo, 2024).

METODE RISET

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana identitas metaverse Aespa dalam Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (HLPF) 2022 dapat dipahami sebagai representasi dari aktivisme global dan praktik diplomasi selebritas dalam konteks masyarakat digital pascapandemi. Untuk itu, pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif digunakan karena memungkinkan peneliti untuk menyelidiki fenomena kompleks secara eksploratif sekaligus memberikan deskripsi dan interpretasi mendalam terhadap karakteristik dan proses sosial yang dikaji (Creswell & Poth, 2017).

Pendekatan deskriptif kualitatif dipandang paling relevan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan dinamika diplomasi selebritas serta artikulasi identitas digital Aespa dalam arena diplomasi global. Secara khusus, penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara narasi pidato Aespa, simbolisme digital yang ditampilkan melalui konsep metaverse, dan relevansi performa tersebut dalam kerangka praktik advokasi lintas batas negara.

Pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen yang komprehensif, mencakup materi resmi PBB, portal berita, komunikasi kelembagaan dari organisasi internasional, dan dokumen lembaga pemerintah. Tinjauan pustaka sistematis terhadap literatur akademik mengenai diplomasi selebritas, aktivisme global, dan masyarakat digital (Bjola, Cassidy, & Manor, 2023; Cooper, 2008) turut memperkaya fondasi teoretis dan analisis kontekstual dalam studi ini.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi dua pendekatan utama. Pertama, analisis konten tematik untuk mengidentifikasi pola-pola berulang, kategori inti, dan hubungan konseptual yang relevan dengan tema diplomasi selebritas, advokasi global, serta keterlibatan aktor non-negara. Kedua, analisis tekstual verbatim dilakukan secara cermat terhadap pidato Aespa untuk menelusuri penggunaan bahasa, perangkat retorik, dan strategi performatif.

Sebagai teknik eksploratif tambahan, visualisasi data menggunakan *Word Cloud* turut diterapkan untuk memetakan frekuensi kemunculan kata-kata dalam komentar publik terhadap pidato Aespa. Word cloud ini berfungsi untuk mengidentifikasi kecenderungan naratif awal, di mana dominasi kata-kata netral dan positif secara interpretatif digunakan sebagai indikator simbolik dari penerimaan audiens digital meskipun tidak dilakukan analisis sentimen secara sistematis. Penggunaan word cloud ini selaras dengan praktik eksplorasi data kualitatif kontemporer yang diakui oleh Creswell (2014), sebagai langkah awal dalam membaca pola representasi dan persepsi publik.

Pendekatan ini sekaligus menawarkan dua dimensi analisis yang saling melengkapi: pertama, pemetaan narasi makro dalam masyarakat digital dan ruang diplomatik kontemporer dan kedua, interpretasi mikro terhadap praktik representasional Aespa sebagai agen diplomatik di forum internasional. Dengan menggabungkan kedua teknik analisis tersebut, studi ini menyediakan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana diplomasi selebritas dimediasi dan dipraktikkan melalui platform digital dalam tatanan global pasca-pandemi.

Secara metodologis, penyertaan analisis verbatim dan eksplorasi visualisasi word cloud menjadi krusial dalam menjawab pertanyaan penelitian karena memberikan akses langsung terhadap konstruksi makna serta nilai yang diartikulasikan oleh Aespa, sekaligus memperlihatkan penerimaan dan

interpretasi audiens digital secara lebih kontekstual. Pendekatan ini juga menantang paradigma diplomasi yang berpusat pada negara dengan mengetengahkan kemungkinan representasi aktor non-negara di forum resmi seperti PBB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memposisikan Aespa dalam Diplomasi Selebritas Korea Selatan

Korea Selatan telah lama memanfaatkan budaya popnya yang dinamis, khususnya K-pop, sebagai alat strategis diplomasi publik untuk meningkatkan citra internasional dan kekuatan lunaknya (Cooper, 2008; Evangelista, 2020.). Pendekatan ini, yang sering disebut sebagai "*Korea Wave*" atau *Hallyu Wave*, hal tersebut tercemin pada artis seperti BTS dan Choi Siwon berperan sebagai duta budaya, memadukan hiburan dengan pesan diplomatik untuk melibatkan khalayak global dan menumbuhkan niat baik terhadap Korea Selatan (Brockington, 2014). Para selebritas ini biasanya terlibat dalam kampanye tingkat tinggi atau kemitraan formal yang sejalan dengan kepentingan negara, sering kali mewakili Korea Selatan dengan cara yang terkait erat dengan pencitraan merek nasional dan tujuan kebijakan luar negeri.

Kemunculan Aespa dalam lanskap diplomatik ini menandai evolusi penting dalam diplomasi selebritas Korea Selatan. Tidak seperti pendahulunya yang sering berpartisipasi dalam kampanye eksplisit atau inisiatif yang disponsori negara, keterlibatan Aespa dalam advokasi global seperti partisipasi mereka dalam Forum PBB 2022 terutama berasal dari kemitraan agensi mereka SM Entertainment dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa daripada representasi negara secara langsung. Perbedaan ini menyoroti pergeseran ke arah bentuk diplomasi selebritas yang lebih bernuansa di mana seniman digital terlibat dalam aktivisme global dengan penekanan yang jelas pada nilai-nilai kemanusiaan daripada pemasaran terbuka atau promosi nasionalis (Cooper, 2008; Evangelista, 2020).

Hal ini juga selaras dengan kerangka yang ditawarkan oleh Kogen (2015), bahwa individu terkenal dapat mengadvokasi isu-isu global dan menjangkau masyarakat luas secara efektif melalui kehadiran publik mereka. Sebelum keterlibatan resminya di High-Level Political Forum PBB 2022, aespa telah merepresentasikan jangkauan dan popularitas global lewat serangkaian pencapaian signifikan di industri musik internasional. Debut single mereka, "Black Mamba," menorehkan sejarah sebagai video debut K-pop tercepat yang mencapai 100 juta views di YouTube pada Januari 2021, hanya dalam waktu 51 hari (Benjamin, 2021). Tidak hanya berdampak di Korea, musik aespa langsung diterima secara global; Forbes menyoroti bahwa konsep virtual dan digital yang mereka usung membuat aespa unik dan mudah terhubung dengan publik dunia melalui media sosial dan platform digital lintas benua (Benjamin, 2021). Prestasi komersialnya juga luar biasa: mini album pertama, "Savage," debut di posisi ke-20 Billboard 200, menjadikan aespa salah satu girl group Korea tercepat yang menembus tangga album utama Amerika Serikat (McIntyre, 2021). Angka penjualan fisik dan digital di pasar AS dan Asia menggambarkan basis fans yang meluas, bahkan Forbes menggarisbawahi bahwa "Savage" berhasil memecahkan rekor penjualan album K-pop wanita di Amerika. Pencapaian berikutnya, seperti single "Next Level" dan "Savage", juga membawa aespa menduduki posisi tiga besar di Billboard World Digital Song Sales Chart, menempatkan mereka setara dengan grup besar seperti BLACKPINK, ITZY, dan TWICE (McIntyre, 2022). Media Forbes secara konsisten menyebut aespa sebagai salah satu inovator global K-pop, baik dari sisi adopsi teknologi (virtual avatars, metaverse) maupun strategi menumbuhkan audiens lintas negara sejak era awal debut mereka (Benjamin, 2021). Statistik views, streaming, posisi chart Billboard, dan rekognisi di pasar Amerika, Jepang, dan dunia, semuanya merupakan indikator kuat bahwa sebelum tampil di forum diplomasi PBB, aespa telah beroperasi dan diakui sebagai ikon budaya global dan menunjukkan bahwa memang Aespa cukup populer dan memenuhi prasyarat Kogen (2015) dalam aspek "terkenal".

Dalam konteks HLPF, Aespa dengan pamor dan eksposur internasionalnya berperan bukan hanya sebagai *entertainer*, tetapi juga sebagai agen advokasi yang membawa pesan dan nilai-nilai *Sustainable Development Goals* (SDGs) ke audiens global yang lebih muda, *digital-savvy*, dan lintas budaya. Lebih lanjut, teori Kogen (2015) menempatkan selebritas pada posisi strategis sebagai penghubung antara isu global seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan pembangunan berkelanjutan dengan masyarakat yang barangkali sulit dijangkau oleh pesan diplomasi tradisional. Melalui platform digital dan penampilan publik di forum global seperti HLPF, aespa dapat memperluas jangkauan pesan SDGs secara afektif dan simbolik. Peran ini dipertegas oleh Cooper (2007) yang menggarisbawahi kemampuan selebritas untuk mengisi kekosongan legitimasi dan membangun kepercayaan sosial di tengah krisis institusi politik konvensional. Apa yang disebut Cooper sebagai “perluasan misi” tercermin dalam peran Aespa, mereka tidak sekadar menghibur, melainkan turut serta dalam komunikasi politik dan diplomasi publik yang lebih luas. Pada forum HLPF, Aespa tidak hanya menyoroti pencapaian mereka sebagai grup musik, melainkan juga memberi ruang narasi bagi pentingnya kolaborasi global guna mencapai SDGs. Kehadiran Aespa memungkinkan isu-isu kompleks seperti keberlanjutan, pendidikan, dan perdamaian dikemas dalam bahasa yang populer dan mudah diakses oleh generasi muda. Dengan demikian, pesan SDGs tidak sekadar menjadi wacana elit diplomasi, tetapi juga diinternalisasi oleh masyarakat melalui pengalaman budaya populer.

Yang membuat Aespa unik adalah momentum, kerangka konseptual, dan media keterlibatan mereka. Muncul dalam masyarakat digital pascapandemi, identitas *metaverse* Aespa mewujudkan realitas *hybrid* yang beresonansi dengan kaum muda global yang “secara kronis daring”, sehingga memungkinkan bentuk diplomasi yang lebih langsung dan interaktif yang melampaui batas geografis dan kelembagaan tradisional (Bjola, Cassidy, & Manor, 2023). Pesan mereka sengaja menonjolkan masalah universal seperti keberlanjutan dan solidaritas global yang memprioritaskan tanggung jawab manusia bersama di atas kepentingan nasional (Beck, 2006; Held, 2010). Tidak seperti banyak diplomat selebritas yang menyeimbangkan advokasi dengan promosi diri atau pembangunan merek, pendekatan Aespa tampak kurang terinstrumentalisasi, mereka tidak memimpin kampanye formal atau secara terang-terangan mencari sorotan, tetapi lebih mewujudkan komitmen berkelanjutan terhadap nilai-nilai ini melalui kehadiran digital dan identitas artistik mereka.

Bentuk diplomasi selebritas ini selaras dengan kerangka konseptual yang memandang selebritas sebagai “perantara emosional” yang memediasi isu-isu global melalui cara-cara afektif dan simbolis tanpa mandat diplomatik formal (Chouliaraki, 2012; Cooper, 2008). Kasus Aespa menggambarkan bagaimana aktor non-negara, yang diberdayakan oleh platform digital dan kemitraan perusahaan, dapat memberlakukan aktivisme global yang melengkapi tetapi juga menantang diplomasi tradisional yang berpusat pada negara. Peran mereka menggarisbawahi sifat *soft power* Korea Selatan yang terus berkembang, yang semakin menggabungkan inovasi digital dan advokasi etika sebagai elemen inti dari strategi keterlibatan globalnya.

Analisis Pidato Aespa di PBB

Pidato Aespa di forum Momen Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) 2022 selama sidang umum Perserikatan Bangsa-Bangsa merupakan contoh penerapan strategis diplomasi selebritas yang mengaitkan ambisi teknologi Korea Selatan dengan keharusan etika global. Inti dari pidato mereka adalah artikulasi identitas *hybrid* yang menavigasi realitas fisik dan virtual, yang dirangkum dalam deklarasi mereka: “*Our group, Aespa, uniquely moves between reality and virtual reality*” Pembingkai ini tidak hanya mencerminkan konsep *metaverse* kelompok tersebut tetapi juga berfungsi sebagai narasi simbolis yang memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang progresif secara digital, sejalan dengan aspirasi kekuatan lunak negara yang lebih luas (Cooper, 2008; Evangelista, 2020.). Penekanan pidato pada *metaverse* sebagai cerminan tantangan keberlanjutan dunia nyata mengacu pada pengedepanan tanggung jawab transnasional dan ketidakterpisahan realitas lokal dan

global. Dengan mempertanyakan, “*Are we working just as hard to create the best possible real world?*” Aespa menyerukan keharusan komitmen kolektif terhadap keberlanjutan yang melampaui batas-batas negara (Held, 2010).

Secara linguistik, pidato tersebut menggunakan kata ganti inklusif dan konstruksi keharusan (“*we*,” “*we have to ask*”), yang secara diskursif membangun identitas kolektif global dan urgensi moral, konsisten dengan strategi mobilisasi afektif yang diidentifikasi dalam kajian diplomasi selebritas (Chouliaraki, 2012; Tsaliki, Frangonikolopoulos, & Huliaras, 2011). Pendekatan retorika ini memposisikan Aespa sebagai perwakilan pemuda dan sebagai “perantara emosional,” yang memfasilitasi solidaritas simbolis di antara berbagai publik global tanpa mandat diplomatik formal (Cooper, 2008). Komitmen terakhir mereka untuk terhubung “*through music*” menggarisbawahi dimensi performatif aktivisme mereka, memadukan produksi budaya dengan advokasi normatif dengan cara yang menjadi ciri khas diplomasi digital kontemporer (Bjola, Cassidy, & Manor, 2023).

Namun, pertunjukan simbolis ini layak mendapat perhatian kritis. Sementara pidato Aespa memproyeksikan citra yang progresif dan terlibat secara etis, pidato tersebut secara bersamaan menggambarkan ketegangan yang melekat dalam “pertunjukan moral” diplomasi selebritas (Chouliaraki, 2012), di mana advokasi dapat berisiko menjadi dangkal atau instrumentalisasi dalam strategi kekuatan lunak negara dan perusahaan. Retorika *metaverse*, meskipun inovatif, mengabaikan biaya material dan lingkungan yang terkait dengan infrastruktur digital dan industri hiburan global, menimbulkan pertanyaan tentang keberlanjutan advokasi semacam itu di luar gerakan simbolis. Dengan demikian, pidato Aespa memperkuat dan memperumit diplomasi publik Korea Selatan dengan mewujudkan aktivisme global di era digital, sekaligus menyoroti batasan narasi tata kelola global yang digerakkan oleh selebritas.

Selanjutnya analisis terhadap pidato Aespa dapat dilihat dari *Word Cloud* dari komentar YouTube aespa (berbasis top 100 likes terbanyak) menawarkan gambaran visual narasi dominan dari publik digital terhadap pidato dan aksi diplomasi selebritas mereka di HLPF.

Gambar 1. Visualisasi Word Cloud Komentar YouTube pada Pidato Aespa di PBB 2022



Sumber: Hasil Coding Penulis Menggunakan Aplikasi Word Cloud

Secara umum, tampak bahwa kata-kata dengan konotasi positif dan netral seperti “*proud*”, “*metaverse*”, “*speech*”, “*good*”, “*love*”, “*amazing*”, dan “*concept*” muncul secara signifikan, menandakan penerimaan dan resonansi yang cukup tinggi dari audiens global. Kata-kata negatif seperti “*embarrassment*” atau “*problems*” relatif minim dan posisinya kecil, menunjukkan bahwa respons negatif terhadap pidato tersebut sangat sedikit bila dibandingkan dengan dominasi komentar yang membangun atau mengapresiasi.

Penting untuk ditegaskan bahwa *Word Cloud* ini bukan analisis sentimen algoritmik yang kompleks melainkan sekadar memetakan frekuensi kemunculan kata dan tidak merepresentasikan persentase sentimen secara keseluruhan. Namun, dominasi penyebutan positif tetap dapat digunakan sebagai indikator eksploratif atas efektivitas advokasi Aespa di ruang digital. Lebih jauh, dari analisis visual maupun referensi literatur, ditemukan bahwa komentar yang dikodekan tidak hanya dalam bahasa Inggris, tetapi juga terdapat bahasa Jepang, Indonesia, Spanyol, dan lainnya hal ini sejalan dengan riset yang menyoroti struktur multilingual pada diskusi K-pop di platform digital. Keragaman ini memiliki implikasi penting bagi analisis diplomasi selebritas. Pertama, keberadaan *multilanguage discourse* menandakan bahwa pesan yang disampaikan Aespa mampu menjangkau audiens dari latar belakang linguistik dan geografis yang berbeda. Hal ini memperkuat temuan Kogen (2015) bahwa figur publik berpengaruh dapat mengakses masyarakat lintas negara secara langsung, memanfaatkan jangkauan digital untuk mentransmisikan pesan global.

Kedua, distribusi bahasa yang beragam juga menunjukkan bahwa daya tarik Aespa tidak terbatas pada pasar domestik atau satu komunitas bahasa saja, tetapi memiliki *transnational appeal* yang terukur melalui interaksi publik online. Respon dalam bahasa non-Inggris mengindikasikan keterlibatan audiens dari kawasan Asia Timur, Asia Tenggara, Timur Tengah, hingga Amerika Latin, sejalan dengan konsep diplomasi publik yang memanfaatkan *popular culture* sebagai medium lintas budaya (Cooper, 2007). Meski data ini tidak mewakili keseluruhan opini global, kemunculan beragam bahasa dalam komentar yang paling diapresiasi (jumlah *like* terbanyak) memberi indikasi eksploratif bahwa diplomasi selebritas yang dilakukan Aespa memiliki jangkauan global yang luas, bersifat inklusif, dan mampu menembus batas-batas linguistik maupun kultural. Secara keseluruhan, visualisasi *Word Cloud* ini memperkuat argumentasi bahwa diplomasi selebritas yang dilakukan Aespa sangat efektif dalam menjangkau dan memobilisasi audiens global secara afektif. Ini sekaligus memperlihatkan bahwa diplomasi digital melalui selebritas K-pop mampu menjadi medium transnasional untuk advokasi isu-isu global, walaupun hasil ini bersifat eksploratif dan belum mencakup seluruh spektrum opini publik.

Selanjutnya sebagai salah satu kata kunci dan simbol identitas dalam pidato aespa di HLPF 2022, “*metaverse*” sepatutnya dipahami tidak hanya sebatas metafora digital, tetapi juga sebagai konstruksi teknologi mutakhir dan wacana sosial yang berdampak luas. Secara teknologi, *metaverse* adalah ekosistem virtual yang mengintegrasikan berbagai teknologi *virtual reality* (VR), *augmented reality* (AR), dan *artificial intelligence* (AI) untuk menciptakan ruang daring yang imersif, interaktif, dan lintas batas fisik serta budaya (Feta et.al, 2025; Sripan & Jeerapattanatorn, 2025). Di dalam *metaverse*, pengguna dapat berinteraksi sebagai avatar, mengakses simulasi 3D, dan membangun pengalaman sosial, pendidikan, atau ekonomi secara real time. Perkembangan *metaverse* dalam dekade terakhir, khususnya dalam industri hiburan dan budaya populer, telah memungkinkan kolaborasi global, penciptaan identitas digital, serta partisipasi massal tanpa kendala geografis (Jeong & Kim, 2023).

Secara kajian kritis, *metaverse* juga diposisikan sebagai ruang transformatif dalam diskursus sosial digital. Ia menyediakan infrastruktur untuk dialog, pembentukan komunitas baru, dan representasi kultural lintas negara. Dalam konteks K-pop, penggunaan *metaverse* oleh Aespa bukan hanya strategi branding, melainkan juga manifestasi praktik budaya yang secara aktif menegosiasikan batas antara realitas dan dunia virtual. Teori *actor-network* (Jeong & Kim, 2023) menunjukkan bahwa *metaverse* berperan sebagai “agen” yang dimana bukan sebatas media tetapi yang membangun jejaring teknologi, manusia, dan institusi secara dinamis. Identitas *metaverse* aespa menghadirkan kemungkinan baru bagi pemberdayaan diplomasi selebritas, mereka dapat mengadvokasi nilai-nilai global, seperti SDGs, dan menyalurkan pesan ke audiens internasional melalui platform digital yang imersif dan efisien. Hal ini memperjelas bahwa *metaverse* tidak hanya simbol, tetapi juga teknologi dan wacana sosial yang memungkinkan keterhubungan transnasional, pembentukan identitas baru, serta advokasi nilai global secara lebih efektif di era digital. Dalam analisis pidato aespa, *metaverse* perlu dipahami sebagai ruang aktualisasi sekaligus ilustrasi perkembangan teknologi yang mengubah cara selebritas berkomunikasi

dan merepresentasikan isu dunia (Feta et.al, 2025; Jeong & Kim, 2023; Sripan & Jeerapattanatorn, 2025).

Perbandingan Kritis dengan Kasus Diplomasi Selebritas Lainnya

Keterlibatan Aespa di Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (HLPF) memiliki ciri-ciri inti yang sama dengan kasus-kasus diplomasi selebritas yang sudah mapan, seperti advokasi Angelina Jolie untuk pengungsi, kampanye feminisme Emma Watson, dan pidato BTS di PBB, tetapi juga menghadirkan perbedaan yang jelas dalam legitimasi, dampak, dan gaya representasi yang mencerminkan praktik diplomatik yang terus berkembang di era digital (Cooper, 2008; Brockington, 2014; Evangelista, 2020.). Seperti Angelina Jolie, yang memanfaatkan kekuatan bintang dan kredibilitas kemanusiaannya untuk menyoroti krisis pengungsi melalui penunjukan resmi UNHCR, Aespa beroperasi dalam kerangka solidaritas simbolis dan advokasi global. Namun, tidak seperti peran kelembagaan jangka panjang Jolie sebagai Duta Besar UNHCR, keterlibatan Aespa dimediasi terutama melalui kemitraan agensi mereka (SM) dengan PBB, yang memposisikan mereka sebagai aktor diplomatik yang berafiliasi dengan perusahaan daripada aktor diplomatik yang diberi mandat secara formal (Cooper, 2008). Perbedaan ini mempengaruhi legitimasi mereka, advokasi Jolie membawa otoritas kelembagaan yang diakui, sementara pengaruh Aespa lebih menyebar, bergantung pada modal budaya dan jangkauan digital daripada kredensial diplomatik formal.

Aktivis feminis Emma Watson, terutama perannya sebagai Duta Besar PBB untuk Perempuan dan kampanye *HeForShe*, juga memadukan visibilitas selebritas dengan nilai-nilai normatif, yang menekankan keadilan gender dan solidaritas global (Cooper, 2008). Aktivisme Watson dicirikan oleh kepemimpinan kampanye yang berkelanjutan dan keterlibatan langsung dengan kerangka kebijakan, yang kontras dengan peran Aespa yang lebih simbolis dan performatif yang berpusat pada keberlanjutan dan inovasi digital. Pidato Aespa di PBB menonjolkan *metaverse* sebagai ruang diplomatik baru, yang mencerminkan pergeseran menuju ruang digital di mana representasi simbolis dan kehadiran virtual menjadi alat utama untuk advokasi (Bjola, Cassidy, & Manor, 2023; Evangelista, 2020).

Pidato BTS di PBB memberikan gambaran yang paling mirip dengan Aespa dalam diplomasi selebritas Korea Selatan. Kedua kelompok tersebut membahas pemberdayaan pemuda dan tantangan global, memanfaatkan fandom mereka yang besar untuk memperkuat pesan yang selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Namun, diplomasi BTS telah ditandai oleh dukungan negara yang lebih eksplisit dan sejarah keterlibatan yang lebih panjang dengan PBB, yang telah membantu mengkonsolidasikan legitimasi dan dampak mereka sebagai diplomat budaya (Brockington, 2014). Sebaliknya, pendekatan Aespa lebih eksperimental dan berorientasi digital, menekankan *metaverse* sebagai jembatan simbolis yang menghubungkan dunia virtual dan nyata, sehingga memperluas modalitas yang dapat digunakan diplomasi selebritas dalam masyarakat digital pascapandemi (Evangelista, 2020.; Bjola et.al., 2023). Dalam menilai kekuatan representasional, penggunaan identitas digital inovatif dan narasi imersif oleh Aespa sangat sesuai dengan kaum muda global yang "secara kronis daring", menciptakan hubungan afektif yang mungkin tidak dimiliki oleh diplomasi selebritas tradisional (Chouliaraki, 2012). Namun, kekuatan ini diredam oleh pertanyaan tentang agensi dan instrumentalisasi politik, karena advokasi mereka terkait erat dengan strategi kekuatan lunak perusahaan dan negara daripada keterlibatan politik yang otonom (Cooper, 2008). Tidak seperti Jolie atau Watson, yang aktivismenya sering kali melibatkan advokasi kebijakan langsung dan intervensi kemanusiaan, peran Aespa sebagian besar bersifat simbolis dan dimediasi melalui hiburan dan budaya digital. Singkatnya, Aespa mencontohkan generasi baru diplomat selebritas yang beroperasi di persimpangan inovasi digital, aktivisme global, dan kemitraan perusahaan-negara. Legitimasi dan dampak mereka tidak berasal dari mandat formal dan lebih dari kemampuan mereka untuk memobilisasi solidaritas simbolis di ruang virtual, yang mencerminkan konfigurasi ulang diplomasi selebritas yang

sesuai dengan era digital atau pascapandemi. Hal ini berbeda dengan diplomat selebritas sebelumnya yang otoritasnya didasarkan pada peran kelembagaan dan advokasi berkelanjutan, yang menyoroti lanskap diplomasi budaya global yang terus berkembang.

Pertanyaan tentang apakah Aespa dapat dianggap sebagai aktor diplomatik sejati atau tokoh budaya yang terutama diinstrumentasikan merangkum ketegangan utama dalam diplomasi selebritas kontemporer. Di satu sisi, partisipasi mereka dalam forum Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) Perserikatan Bangsa-Bangsa 2022 dan penggunaan platform digital yang strategis, seperti metaverse, memposisikan mereka sebagai agen aktif aktivisme global yang melibatkan publik global dalam isu-isu mendesak seperti keberlanjutan dan pemberdayaan pemuda (Evangelista, 2020.; Bjola, Cassidy, & Manor, 2023). Pidato dan kehadiran digital mereka mewujudkan bentuk diplomasi publik yang melampaui model-model tradisional yang berpusat pada negara dengan memanfaatkan komunikasi afektif dan solidaritas simbolis dalam ruang virtual yang oleh beberapa akademisi disebut sebagai “*diplomasi metaverse*” (Indraswari, R., & Kungwanjerdasuk, W. 2023). Hal ini menunjukkan definisi ulang diplomasi yang merangkul aktor-aktor non-negara yang dapat memobilisasi perhatian global dan mendorong dialog dengan cara-cara yang sebelumnya tidak terbayangkan. Namun, pemeriksaan kritis mengungkap bahwa agensi diplomatik Aespa dibatasi oleh kerangka kerja kelembagaan dan komersial. Keterlibatan mereka dimediasi melalui kemitraan SM Entertainment dengan PBB, bukan penunjukan langsung oleh negara, yang menimbulkan pertanyaan tentang otonomi advokasi mereka dan sejauh mana kehadiran simbolis mereka diterjemahkan menjadi agensi politik (Cooper, 2008). Penyampaian pidato Aespa pada forum *High-Level Political Forum* PBB sebenarnya merupakan hasil dari kerja sama strategis antara SM Entertainment dan sejumlah lembaga internasional, termasuk PBB, sebagai bagian dari kampanye promosi *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan peran brand ambassador K-pop untuk agenda global. Dalam konteks ini, SM Entertainment memainkan peran sentral sebagai pengelola dan penentu arah pesan, sehingga narasi advokasi yang dibawa Aespa tidak sepenuhnya lahir dari inisiatif individual para anggota, melainkan telah disaring sesuai kepentingan institusi dan strategi komunikasi korporat.

Selain itu, sifat performatif aktivisme mereka yang berlabuh pada hiburan dan budaya penggemar dapat berisiko dimanfaatkan sebagai alat kekuatan lunak yang terutama melayani pencitraan merek perusahaan dan pembangunan citra nasional, bukan pengaruh kebijakan substantif (Chouliaraki, 2012; Brockington, 2014). Penurunan reputasi merek baru-baru ini menyusul kontroversi politik seputar anggota yakni Karina semakin menggambarkan ketidakpastian diplomasi yang didorong oleh selebritas, di mana persepsi publik dapat dengan cepat berubah dan mempersulit pesan diplomatik (Sophie-Ha, 2025). Kasus ini memperlihatkan bagaimana tindakan atau ekspresi yang tampaknya sederhana, seperti unggahan foto di media sosial, dapat berujung pada spekulasi politik dan memicu perubahan drastis dalam citra publik. Respons negatif dari netizen dan pembicaraan di media daring secara langsung berdampak pada *brand reputation* Karina, menurunkan posisinya secara signifikan dalam waktu sangat singkat. Fenomena tersebut menyoroti bahwa dalam era digital saat ini, posisi dan pengaruh selebritas sebagai representasi aktivisme atau diplomasi global sangat rentan terhadap fluktuasi opini publik. Persepsi masyarakat dapat berubah seketika mengikuti isu-isu politik, mengakibatkan pesan-pesan diplomasi yang diusung melalui selebritas menjadi semakin kompleks dan mudah terdistorsi. Keadaan ini mencerminkan tantangan utama dalam diplomasi publik kontemporer, khususnya ketika figur populer menjadi juru bicara global yang rentan terhadap berbagai interpretasi dan tekanan sosial digital.

Aktivisme Global dalam Konteks Digital Pasca-Pandemi

Pidato Aespa pada *High-Level Political Forum* PBB tahun 2022 dapat dipahami sebagai representasi bentuk baru aktivisme global dalam konteks digital dan pasca-pandemi. Pertama, keberadaan konektivitas global memungkinkan platform seperti PBB menjadi medium strategis untuk menyampaikan pesan tentang keberlanjutan dan solidaritas antar generasi, yang sejalan dengan agenda

Sustainable Development Goals (SDGs). Kedua, Aespa memanfaatkan identitas metaverse sebagai metafora dan media komunikasi yang inovatif untuk mendorong keterbukaan, pengakuan timbal balik, dan keterlibatan lintas batas negara. Ajakan mereka kepada generasi muda di seluruh dunia untuk berkontribusi secara aktif pada ekosistem yang berkelanjutan menunjukkan upaya membangun solidaritas transnasional yang inklusif. Ketiga, kehadiran Aespa dalam forum internasional mengindikasikan pergeseran peran selebritas dari sekadar entertainer menjadi agen advokasi global yang memadukan bahasa budaya populer dengan wacana kebijakan internasional. Hal ini menunjukkan bahwa aktivisme dalam era digital tidak lagi dibatasi oleh format konvensional, melainkan melibatkan performa yang menyatu dengan diplomasi publik. Keempat, partisipasi mereka mencerminkan perubahan signifikan dalam bentuk diplomasi publik yang kini lebih terdigitalisasi dan berbasis pada pengaruh selebritas, membuka cara baru dalam pengkomunikasian isu global lintas budaya (Aiyang, X., & Hayeon, K, 2022). Kondisi ini memperlihatkan bagaimana struktur industri budaya membatasi ruang artikulasi selebritas dalam diplomasi publik dan aktivisme global. Otonomi advokasi, gagasan, serta aksi sosial mereka kerap terjepit antara kepentingan komersial agensi dan tuntutan agenda internasional yang diusung dalam kerangka kerja kelembagaan. Kehadiran dan peran simbolis Aespa lebih banyak diposisikan sebagai figur representatif dan komunikator yang membawa pesan global secara stylish dan populer namun belum tentu mendalam secara politik dan advokasi. Inilah tantangan utama diplomasi selebritas modern: mempertahankan legitimasi advokasi dan kedalaman pesan di tengah arus komersialisasi industri dan relasi institusional global (Cooper, 2008).

Pesan yang disampaikan Aespa menegaskan karakter aktivisme global dengan menonjolkan nilai keadilan, solidaritas, dan kepedulian lintas batas, sesuai dengan prinsip tanggung jawab bersama dan kewarganegaraan global seperti dalam gagasan normatif yang diusung oleh para pemikir global (Held, 2010; Beck, 2006). Penekanan pada keberlanjutan dan ajakan kepada pemuda untuk berperan sebagai agen perubahan memperlihatkan komitmen terhadap etika kolektif untuk kebaikan bersama, sebuah pendekatan yang mengedepankan kewajiban moral yang melampaui ranah negara (Held, 2010). Dalam era digital pasca-pandemi, di mana masyarakat terhubung secara intens melalui media digital, pemuda juga berperan sebagai warga digital global yang aktif berdialog dan beradvokasi dalam isu transnasional menggunakan beragam platform digital (Bjola, Cassidy, & Manor, 2023; Manor & Pamment, 2022). Konsep metaverse yang diusung oleh Aespa berfungsi sebagai jembatan simbolis dan performatif antara lintas budaya dan ruang, sehingga tercipta lingkungan interaktif yang menguatkan interaksi lintas batas serta membentuk identitas global secara bersama (Evangelista, 2020; Bjola et al., 2023). Ruang digital seperti ini memungkinkan praktik diplomasi berkembang dari interaksi yang sebelumnya bersifat hirarkis menjadi model yang lebih berjejaring dan partisipatif, serta memberi ruang bagi aktor non-negara seperti Aespa untuk melakukan aktivisme global dengan memobilisasi solidaritas simbolis secara virtual (Chouliaraki, 2012; Manor, 2018). Dengan akselerasi diplomasi digital dan praktik aktivisme yang termediasi di era pasca-pandemi, transformasi diplomasi selebritas menjadi lebih langsung, interaktif, dan efektif dalam melibatkan publik global demi pembangunan berkelanjutan dan keadilan yang bersifat universal.

KESIMPULAN

Pandemi COVID-19 telah mempercepat transformasi digital global dan melahirkan kondisi “keterhubungan daring kronis,” khususnya di kalangan generasi muda dan komunitas budaya pop. Perubahan ini menghasilkan masyarakat digital yang mengubah cara berkomunikasi, membangun komunitas, dan menyuarakan isu-isu global. Dalam konteks ini, keterlibatan Aespa di Forum Politik Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (HLPF) 2022 menjadi cerminan dari pergeseran paradigma diplomasi dan aktivisme global, di mana aktor non-negara seperti selebritas dapat tampil sebagai komunikator strategis isu-isu kompleks. Studi ini menyoroti keterlibatan Aespa sebagai contoh dari

diplomasi selebritas Korea Selatan yang tidak sepenuhnya diinstrumentalisasi oleh negara, namun tetap memainkan peran representasional penting melalui identitas metaverse dan pendekatan komunikasi digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini menganalisis pidato Aespa dan representasi simboliknya sebagai praktik diplomasi selebritas serta aktivisme global dalam lanskap masyarakat digital pascapandemi. Temuan menunjukkan bahwa pidato Aespa memuat narasi global yang menekankan keberlanjutan, etika kolektif, dan pentingnya dunia nyata dalam menghadapi laju perkembangan dunia virtual. Melalui bahasa inklusif dan konsep metaverse sebagai ruang pertemuan antaridentitas, Aespa menyampaikan nilai-nilai universal dalam bentuk yang simbolik dan afektif.

Keterlibatan mereka juga mengilustrasikan dinamika baru diplomasi digital yang memanfaatkan representasi virtual sebagai alat komunikasi lintas batas yang kuat. Namun, dibandingkan dengan figur seperti Angelina Jolie atau Emma Watson yang memiliki penunjukan formal kelembagaan, atau BTS yang secara eksplisit didukung negara, posisi Aespa lebih cair dan eksperimental, dibentuk oleh kemitraan antara agensi hiburan dan lembaga internasional. Ini menimbulkan pertanyaan tentang legitimasi, otonomi, dan keberlanjutan pengaruh diplomatik mereka. Walaupun mampu memobilisasi solidaritas simbolis dan membentuk narasi etis global melalui platform digital, agensi mereka tetap berada dalam batas komersial dan performatif, yang berisiko direduksi menjadi alat soft power untuk kepentingan branding institusional. Terlebih lagi, posisi mereka sebagai aktor diplomatik menghadapi tantangan reputasional yang rentan terhadap dinamika industri hiburan.

Studi ini menemukan bahwa identitas metaverse aespa dan lanskap masyarakat digital pascapandemi secara langsung membentuk praktik diplomasi selebritas serta aktivisme global mereka di Forum Politik Tingkat Tinggi PBB 2022, melalui konstruksi identitas digital yang mengintegrasikan avatar virtual dan performa teknologi tinggi, aespa mampu merepresentasikan nilai-nilai universal seperti keberlanjutan dan solidaritas lintas generasi dalam format yang resonan dengan komunitas global digital. Kehadiran mereka di HLPF tidak saja memanfaatkan pamor selebritas, tetapi juga mengoptimalkan kekuatan keterhubungan digital era pascapandemi: pesan yang mereka sampaikan didistribusikan secara luas dan di media sosial, YouTube, dan jaringan penggemar internasional, membuktikan efektifnya advokasi lintas budaya dan negara. Aespa menerjemahkan aktivisme global dari sekadar simbol menjadi praktik naratif di ruang publik digital, dengan menekankan dialog antaridentitas dan inklusivitas melalui wacana metaverse. Praktik diplomasi selebritas mereka tidak hanya memperluas representasi isu-isu SDGs, tetapi juga membuka partisipasi dan solidaritas transnasional di kalangan generasi muda dan komunitas virtual. Studi ini menegaskan bahwa konfigurasi identitas metaverse dan dinamika masyarakat digital telah memperbarui model diplomasi selebritas menjadikan aespa sebagai aktor non-negara yang mampu membumikan nilai-nilai universal dan advokasi global lewat medium teknologi dan budaya populer. Walaupun kontribusi mereka cenderung lebih berperan di ranah simbolik dan advokasi publik daripada pengaruh kebijakan konkret, kehadiran dan performa aespa di HLPF 2022 membuktikan transformasi agensi diplomasi global di era digital yang lebih partisipatif, inklusif, dan lintas batas.

Untuk studi selanjutnya, direkomendasikan agar analisis diperluas dengan menyertakan respons masyarakat umum dan komunitas penggemar secara langsung. Terutama penting diteliti bagaimana persepsi audiens terhadap pesan dan nilai SDGs yang diartikulasikan dalam pidato aespa, serta melakukan analisis sentimen yang lebih komprehensif terhadap komentar YouTube dan media sosial. Pendekatan ini akan menghasilkan insight yang lebih mendalam terkait efektivitas komunikasi diplomasi selebritas: sejauh mana pesan-pesan yang disampaikan benar-benar diinternalisasi, diapresiasi, atau bahkan diperdebatkan oleh publik global. Melibatkan perspektif pengikut dan masyarakat awam dalam analisis memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi tidak hanya performa simbolik, tetapi juga dampak nyata dari praktik diplomasi selebritas. Analisis sentimen yang sistematis dan tinjauan atas dinamika komentar multibahasa akan memperlihatkan kompleksitas penerimaan dan pemaknaan SDGs sebagai bagian dari advokasi global. Rekomendasi ini bertujuan agar penelitian di

masa depan dapat memperkaya pemahaman tentang keterlibatan selebritas, efektivitas strategi komunikasi digital, dan tingkat engagement audiens terhadap pesan-pesan pembangunan berkelanjutan, sehingga dapat menilai kontribusi aktual diplomasi selebritas dalam mendorong transformasi sosial lintas batas.

Secara keseluruhan, Aespa mewakili konfigurasi ulang diplomasi selebritas di era digital dan pascapandemi dengan memberdayakan budaya populer dan teknologi virtual. Mereka beroperasi di titik temu antara inovasi digital, aktivisme global, dan diplomasi representasional, menawarkan model baru komunikasi moral lintas batas. Namun, kontribusi mereka tetap lebih bersifat simbolik daripada substansial, dengan keterbatasan dalam kapasitas untuk mempengaruhi kebijakan secara langsung. Dengan demikian, studi ini menegaskan pentingnya membaca ulang konsep diplomasi dalam konteks global kontemporer, di mana representasi, performativitas, dan teknologi memainkan peran kunci dalam membentuk ulang agensi aktor non-negara dalam forum internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo, D. O., Bolaji, K. A., Ahmed, A. O., Azeez, F. A., Olayemi, O. O., Orumwense, L. A., & Adesogan, D. B. (2023). Celebrity activism and climate change: Amplifying environmental advocacy in Nigeria. *FUTY Journal of the Environment*, 17(3), 18-23.
- Anderson, A. (2011). Sources, media, and modes of climate change communication: the role of celebrities. *Wiley interdisciplinary reviews: climate change*, 2(4), 535-546.
- Aiying, X., & Hayeon, K. (2022). K-pop's Aespa urges future generations to support UN SDGs.KOREA.Net. <https://www.korea.net/NewsFocus/Society/view?articleId=217548>
- Barman, S. (2024). Digital diplomacy: the influence of digital platforms on global diplomacy and foreign policy. *Vidya-a journal of gujarat university*, 3(1), 61-75.
- Beck, U. (2006). *Cosmopolitan vision*. Polity Press.
- Benjamin, J. (2021, October 25). Aespa are connecting worldwide with a virtual musical world: 'We paid attention to every little detail'. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jeffbenjamin/2021/10/25/aespa-are-connecting-worldwide-with-a-virtual-musical-world-we-paid-attention-to-every-little-detail/?ctpv=searchpage>
- Benjamin, J. (2021, January 14). Aespa break out among new K-pop acts with 100 million views on debut music video. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jeffbenjamin/2021/01/14/aespa-break-out-among-new-k-pop-acts-with-100-million-views-on-debut-music-video/?ctpv=searchpage>
- Bimstrand, J. (2018). *Celebrity Diplomacy: Angelina Jolie speaking up to end impunity for conflict related sexual violence*.
- Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2023). *Public diplomacy in the digital age*. University of Oxford. Retrieved from <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:a50c9694-c8fa-4339-be66-f2ccb848633b/files/m62cf7d9d7f330f609ed016ed3b978e8d>
- Boykoff, M. T., & Goodman, M. K. (2009). Conspicuous redemption? Reflections on the promises and perils of the 'celebritization' of climate change. *Geoforum*, 40(3), 395-406. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2008.04.006>
- Brockington, D. (2014). *Celebrity advocacy and international development*. Routledge.
- Choi, C. J., & Berger, R. (2010). Ethics of celebrities and their increasing influence in 21st century society. *Journal of business ethics*, 91, 313-318.
- Chouliarakis, L. (2012). The theatricality of humanitarianism: A critique of celebrity advocacy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/14791420.2011.637055>
- Cooper, A. F. (2007). Beyond Hollywood and the boardroom: Celebrity diplomacy. *Georgetown Journal of International Affairs*, 125-132.
- Cooper, A. F. (2007). *Celebrity diplomacy and the G8: Bono and Bob as legitimate international actors*. The Centre for International Governance Innovation.
- Cooper, A. F. (2008). Beyond one image fits all: Bono and the complexity of celebrity diplomacy. *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 14(3), 265-272.
- Cooper, A. F. (2008). *Celebrity diplomacy*. Paradigm Publishers.

- Cooper, A. F., Dobson, H., & Wheeler, M. (2017). Non-western celebrity politics and diplomacy: Introduction. *Celebrity Studies*, 8(2), 312–317.
- Creswell, J. W., & Poth, C. (2017). Qualitative Inquiry and research design: choosing among five approaches. https://openlibrary.org/books/OL28633749M/Qualitative_Inquiry_and_Research_Design
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31–54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>
- Diplo. (2024, December 30). Digital diplomacy in 2025: Geopolitics, new topics & tools. DiploFoundation. Retrieved from <https://www.diplomacy.edu/topics/digital-diplomacy/>
- Doyle, J., Farrell, N., & Goodman, M. K. (2017). Celebrities and climate change. In *Oxford research encyclopedia of climate science*.
- Evangelista, R. A. (2020). Beyond the (K-pop) scene: Analyzing the role of BTS's love myself campaign and celebrity diplomacy in the promotion of UNICEF's child protection campaign. In *Proceedings of the Philippine Korean Studies Symposium*.
- Feta, A. A., & Kamberaj, H. (2025). Impact of metaverse technologies integration on biotechnological innovation: a literature review. *European Scientific Journal*, 21(21), 1–21. <https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n21p1>
- Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy & Statecraft*, 12(2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/09592290108406201>
- Goodman, M. K., Littler, J., Brockington, D., & Boykoff, M. (2016). Spectacular environmentalisms: Media, knowledge and the framing of ecological politics. *Environmental Communication*, 10(6), 677–688. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1219489>
- Govori Mårtensson, A. (2017). Celebrity diplomats – strategic communication resources and mediators between the power, victims and the global public. Lund University, Master's Thesis. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8934492&fileId=8935012>
- Held, D. (2010). *Cosmopolitanism: Ideals and realities*. Polity Press.
- Hepburn, 2021 - Hepburn, A. (2021). *Hunger Heroes: Audrey Hepburn*. <https://www.wfpusa.org/news/history-hunger-heroes-audrey-hepburn/>
- Huijser, H., & Tay, J. (2011). Can celebrity save diplomacy? Appropriating wisdom through 'The Elders'. Dalam L. Tsiliki, C. A. Frangonikolopoulos, & A. Huliaras (Eds.), *Transnational celebrity activism in global politics: Changing the world?* (hlm. 105–120). Intellect.
- Indraswari, R., & Kungwanjerdasuk, W. (2023, February 24). Metaverse diplomacy: Borrowing from AESPA's "Kwangya" public space. USC Center on Public Diplomacy. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/metaverse-diplomacy-borrowing-aespa%E2%80%99s-%E2%80%9CKwangya%E2%80%9D-public-space>
- Jeong, M., & Kim, S. (2023). What makes 'aespa', the first metaverse girl group in the K-pop universe, succeed in the global entertainment industry? Econstor. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/277980/1/Jeong-Kim.pdf>
- Kellner, D. (2010). Celebrity diplomacy, spectacle and Barack Obama. *Celebrity Studies*, 1(1), 121–123.
- Kellner, D. (2010). Media spectacle and celebrity culture. *Cultural Studies Review*, 16(1), 120–130.
- Kogen, L. (2015). For the public good or just good publicity? Celebrity diplomacy and the ethics of representation. *Mass Communication and Society*, 18(1), 37–57.
- Leonard, M. (2002). *Public diplomacy*. Foreign Policy Centre.
- Mahmud, M. (2021). COVID-19 pandemic's repercussions on global digital transformation. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 6), 1–12.
- Manheim, J. B. (1994). *Strategic public diplomacy: New rules for a new world*. Council on Foreign Relations Press.
- Manor, I. (2018). The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. Oxford Digital Diplomacy Research Group Working Paper No. 2.
- Manor, I., & Pamment, J. (2022). At a crossroads: Examining COVID-19's impact on public and digital diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(1), 1–3. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00249-9>
- McIntyre, H. (2022, January 12). With a new global hit single, aespa ties TWICE for a historic placement among K-pop acts. *Forbes*.

- <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2022/01/12/with-a-new-global-hit-single-aespa-ties-twice-for-a-historic-placement-among-k-pop-acts/?ctpv=searchpage>
- McIntyre, H. (2021, October 24). Aespa makes sales history in America with their first collection 'Savage'. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2021/10/24/aespa-makes-sales-history-in-america-with-their-first-collection-savage/?ctpv=searchpage>
- McIntyre, H. (2021, October 19). Aespa joins BLACKPINK, ITZY and TWICE with their first hit album on the Billboard 200. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2021/10/19/aespa-joins-blackpink-itzy-and-twice-with-their-first-hit-album-on-the-billboard-200/?ctpv=searchpage>
- McKinsey & Company. (2020, October 5). How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever.
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. In J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* (pp. 3–27). Palgrave Macmillan.
- Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Signitzer, B., & Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual convergence. *Public Relations Review*, 18(2), 137–147. [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(92\)90005-J](https://doi.org/10.1016/0363-8111(92)90005-J)
- Sophie-Ha. (2025, June 23). Aespa's Karina sees a huge dip in her brand reputation ranking following political controversy. allkpop. <https://www.allkpop.com/article/2025/06/aespas-karina-sees-a-huge-dip-in-her-brand-reputation-ranking-following-political-controversy>
- Sripan, T., & Jeerapattanatorn, P. (2025). Metaverse-based learning: a comprehensive review of current trends, challenges, and future implications. *Contemporary Educational Technology*, 17(3), ep584. <https://doi.org/10.30935/cedtech/16434>
- Tsaliki, L., Frangonikolopoulos, C. A., & Huliaras, A. (2011). Transnational celebrity activism in global politics: changing the world?.
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. St. Martin's Press.
- Tukur, M., Schneider, J., Househ, M., Dokoro, A. H., Ismail, U. I., Dawaki, M., & Agus, M. (2023). The metaverse digital environments: a scoping review of the challenges, privacy and security issues. *Frontiers in big Data*, 6, 1301812.
- UNHCR, 2023. Former Special Envoy Angelina Jolie. <https://www.unhcr.org/about-unhcr/our-partners/prominent-supporters/special-envoy/former-special-envoy-angelina-jolie>
- Unicef, (2021, July 14). Audrey Hepburn | UNICEF Goodwill Ambassador. <https://www.unicef.org/goodwill-ambassadors/audrey-hepburn>
- United Nations. (2022a). High-level Political Forum on Sustainable Development (HLPF) 2022. <https://sustainabledevelopment.un.org/hlpf>
- United Nations. (2022b). High-Level Political Forum on Sustainable Development - the United Nations. <https://hlpf.un.org>
- Via, S. E. (2011). *Celebrity Diplomacy in the Current Global Economy: A Feminist Perspective*.
- Wheeler, M. (2011). Celebrity diplomacy: United Nations' goodwill ambassadors and messengers of peace. *Celebrity studies*, 2(1), 6-18.
- Widyawati dan Gunawan (2023) - Gunawan, W., & Batara, A. (2023). The Effect of Celebrity Diplomacy: Preliminary Study on The Impact of Climate Change Campaign by Blackpink Towards Blink Indonesia Community (BOI). *Jurnal Wacana Politik*, 8(2).

BIOGRAFI

Aqil Diningrat, is a student of the International Study Program, Faculty of Social and Political Sciences at Padjadjaran University, class of 2021. He has a keen interest in the cultural, globalization and diplomatic studies.

Anggia Utami Dewi, is a full-time faculty member at the Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Padjadjaran, Indonesia. Her research interests include higher education and knowledge studies, globalization studies, and international migration.