

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap hari berbagai macam kasus terjadi di dunia, salah satunya adalah kasus kekerasan pada anak dan remaja. Tiga dari empat populasi anak di dunia ini mengalami kekerasan setiap tahunnya. Hal tersebut sesuai dengan sebuah penelitian tentang anak-anak di negara kaya dan miskin pada tahun 2017. Laporan tersebut menyatakan tentang kekerasan yang dialami anak-anak yang ada di dunia. Laporan yang bertajuk *Ending Violence in Childhood: Global Report 2017* atau Mengakhiri Kekerasan pada Anak: Laporan Global 2017 itu diterbitkan oleh *Know Violence in Childhood*, kelompok advokasi internasional yang berdiri pada tahun 2015 di India. Penelitian itu menemukan kekerasan pada anak hampir *universal*, dan berakibat pada 1,7 miliar anak-anak sepanjang setahun. Kekerasan yang dimaksud adalah perisakan atau *bullying* atau perkelahian, pelecehan seksual, hukuman fisik di rumah dan sekolah. Penelitian tersebut berfokus pada kekerasan antara pelaku dan anak. Para peneliti tidak menyertakan kekerasan dalam perang atau kejadian-kejadian di luar hal tersebut. Selain itu dibutuhkan waktu lebih dari tiga tahun untuk mendokumentasikan skala kekerasan yang dialami jutaan anak di seluruh dunia. (Know Violence in Childhood, 2017)

Rayma Subrahmanian, direktur eksekutif *Know Violence in Childhood*, mengatakan bahwa anak-anak terpapar hukuman emosional dan fisik bahkan sejak

mereka berumur 2 tahun, kekerasan merupakan sikap yang dipelajari, berakar pada norma budaya. Pada sebagian warga beranggapan bahwa pemukulan adalah suatu bentuk dari kedisiplinan maka hal tersebut diwajarkan oleh beberapa kelompok. Anak-anak yang menjadi korban kekerasan tidak hanya langsung merasakan akibat kekerasan, tapi juga mengalami masalah kesehatan fisik dan mental untuk seumur hidup, antara lain ketakutan, gangguan stres akibat trauma, depresi atau gangguan keterikatan. Pada usia remaja, anak laki-laki lebih rentan terlibat dalam kasus pembunuhan dan bunuh diri. Anak perempuan lebih rentan mengalami kekerasan seksual.

Kekerasan yang dialami sejak dini juga menimbulkan dampak ekonomi bagi masyarakat. *Know Violence in Childhood* mengatakan bahwa anak-anak yang mengalami kekerasan di rumah atau di sekolah cenderung tidak ingin pergi ke sekolah atau putus sekolah. Mereka cenderung tidak berhasil dalam kehidupan dan tidak memperoleh pendidikan yang cukup. Selain itu, 8 persen GDP global dihabiskan setiap tahun untuk memperbaiki dampak negatif akibat kekerasan masa kecil, kata penelitian tersebut. Meskipun pemerintah dapat menerapkan tindakan pencegahan, namun mayoritas pemerintah gagal menanggulangi pangkal pemicu dari kekerasan anak. (Ending Violence in Childhood: Global Report, 2017:8)

UNICEF atau Dana Anak Perserikatan Bangsa-Bangsa, ialah Organisasi kemanusiaan Internasional yang membantu memenuhi kebutuhan anak-anak diberbagai negara yang ada di dunia, menjaga keberlangsungan hidup anak,

membantu mereka tumbuh dan mewujudkan potensinya yang dimana anak-anak dan remaja didunia tersebut tidak bisa menggapai masa depan akibat kekerasan yang dialami seperti *Bullying*, pelecehan seksual, eksploitasi, penelantaran, serta perdagangan anak. Lembaga Internasional ini berkomitmen dalam mencegah dan menangani kasus kekerasan pada anak hingga remaja melalui bantuan kemanusiaan. Program ini diberi nama Perlindungan Anak (*Child Protection Programme*), dan perlu diketahui bahwa Perlindungan Anak di setiap negara memiliki dinamika yang berbeda-beda.

Kekerasan pada anak-anak dan remaja bisa berdampak buruk pada kesehatan fisik hingga kesehatan psikisnya. Tingginya jumlah korban kekerasan membuat isu kekerasan menjadi isu internasional yang perlu menjadi perhatian dunia. Semua anak-anak dan Remaja yang ada didunia ini memiliki hak untuk hidup aman dan bahagia serta mendapatkan banyak cinta. Setiap anak layak untuk mendapatkan kesempatan untuk menggapai cita-cita serta memiliki masa depan yang cerah. Maka dari itu untuk memberikan perlindungan pada anak-anak dan remaja korban kekerasan, UNICEF meluncurkan kampanye global yang bernama *#EndViolence* pada 20 November 2013, sekaligus untuk memperingati Hari Anak Internasional. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan dana bantuan pada anak-anak dan remaja yang menjadi korban kekerasan. Selain itu, UNICEF mengajak serta meyakinkan publik tentang pentingnya isu kekerasan pada anak-anak dan remaja tersebut. Sebab, rendahnya kesadaran dan pemahaman masyarakat internasional lah yang melatarbelakangi terbentuknya kampanye ini.

Perjalanan Kampanye *#EndViolence* semakin meningkat saat grup *Boyband* dari Korea selatan yaitu BTS mulai ikut berpartisipasi dalam kampanye *#EndViolence*. BTS menjalin kemitraan secara resmi dengan Komite Korea untuk UNICEF pada 1 November 2017. Isi kerjasamanya ialah Group BTS membentuk kampanye bernama *Love Myself* untuk mensponsori kampanye *#EndViolence* milik UNICEF. Kampanye *Love Myself* ini memang program Group BTS dengan Komite Korea untuk UNICEF namun sifatnya menjadi global karena pengaruh yang dimiliki Group BTS. Tidak hanya itu, beberapa bulan setelah perjanjian dengan Komite Korea untuk UNICEF dibuat Group BTS mulai membuat perjanjian dengan negara lain seperti UNICEF Jepang, USA bahkan Eropa. Group BTS membuat Kampanye tersebut karena masih banyak orang yang belum mencintai diri mereka sendiri. *Self-harm*, bunuh diri dan masalah lain yang membuat Group BTS akhirnya membuat kampanye *Love Myself* yang dimana sasarannya adalah remaja yang sedang melewati masa pendewasaannya baik itu dirumah karena kekerasan dari keluarga ataupun karena perundungan atau *bullying* oleh teman sekolah dan teman sebayanya. Peran kampanye *Love Myself* adalah mediator dan fasilitator dalam mensukseskan program dan menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja. Yang dimana dana donasi dari Group BTS akan digunakan oleh UNICEF untuk menjalankan visi misinya dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja di dunia.

Setiap tahunnya Group BTS menyumbangkan dana pada UNICEF sejak tahun 2017. Group BTS telah mendonasikan uang sebesar 2,98 Juta USD. Bantuan dana sponsor untuk menanggulangi kekerasan pada anak tersebut berasal

dari penjualan album *Love Yourself* series dan merchandise eksklusif milik kampanye *Love Myself*. Dana bantuan dari Group BTS sangat membantu UNICEF dalam menyelesaikan misinya yaitu mengakhiri kekerasan terhadap anak dan remaja. (<https://www.unicef.org/press-releases/bts-and-big-hit-renew-commitment-love-myself-campaign-support-unicef-ending-violence#:~:text=As%20part%20of%20the%20renewed,from%20LOVE%20YOURSELF%20album%20sales>. Diakses pada 29 April 2021)

Dana donasi dari Group BTS dan kampanye *Love Myself* yang di berikan pada UNICEF digunakan untuk upaya penguatan lingkungan negara untuk mencegah serta melindungi hak-hak kebebasan anak dari berbagai kekerasan seperti perdagangan anak, pelecehan seksual, eksploitasi, penelantaran, bullying. Dan juga untuk mendanai pelayanan program-program yang bermanfaat untuk anak-anak dan remaja di negara-negara berkembang seperti di bidang pendidikan, pelatihan, rehabilitas, kesehatan, dsb. Dana yang diberikan Group BTS sangat membantu sebab UNICEF tidak dapat melakukan apapun. Karena dalam melaksanakan tugas dan tujuannya, UNICEF bergantung pada dana sukarela yang disumbangkan oleh individu atau kelompok-kelompok tertentu seperti Group BTS. UNICEF tidak hanya mengusahakan dukungan pemerintah dan masyarakat untuk program kerjasama tetapi juga mencoba mendorong kesadaran masyarakat umum atas kebutuhan anak dan sarana untuk memenuhi dukungan (*advocacy*) dengan pemerintah, pemimpin masyarakat, para pendidik dan para ahli lainnya dan kelompok kebudayaan, media dan masyarakat internasional.

Berdasarkan UNICEF *Annual Report 2020*, UNICEF dan Partner mitranya diperkirakan telah mengapai 15 juta anak-anak diseluruh dunia. Jika dibandingkan dengan tahun 2019, ada peningkatan walaupun hanya beberapa persen. Dalam data tersebut sudah termasuk dana donasi yang diberikan oleh Group BTS. Dana tersebut akan digunakan untuk Program Survive and thrive (USD 2181.4), Learning (USD 1167.3), Protection (USD 712.0), Environment (USD 1121.8), Fair Chance (USD 532.6). Disalurkan ke kawasan Sub-sahara Afrika (USD 2429.7), Asia (USD 984.6), Eropa dan Asia Tengah (USD 332.9), Amerika Latin dan Karibia (USD 291.5), Interregional (USD 206.6) dan Timur Tengah dan Afrika Utara (USD 1469.9). Nominal tersebut dihitung dalam jutaan dolar AS. Dengan total pengeluaran sebesar 5,715 juta USD. Dana pengeluaran UNICEF tersebut memang bukan hanya dari partner mitranya saja akan tetapi didalam data tersebut ada dana dari partner mitranya. (UNICEF Annual Report 2020, 2021).

Pada penelitian ini akan difokuskan pada kekerasan terhadap anak di kawasan Sub-sahara Afrika, hal ini dilakukan karena tingginya kasus kekerasan terhadap anak dan remaja di kawasan Afrika serta minimnya sarana prasana yang ada di kawasan Afrika. Berdasarkan data dari *Global Prevalence of Past-year Violence Against Children: A Systematic Review and Minimum Estimates, 2016*. Yang dimana kasus kekerasan di Afrika memiliki data sebagai berikut: Populasi *at-Risk*: Sensus populasi umur 2-17 tahun (457.910.818), Estimasi Persentase beberapa kekerasan atau kekerasan berat satu tahun terakhir (50%), Proyeksi jumlah anak usia 2-17 tahun terekspose beberapa tindakan kekerasan atau kekerasan berat (229.763.729). Kekerasaan yang dimaksud adalah kekerasan yang

mengacu pada kekerasan fisik, seksual, emosional, intimidasi/*bully*, dan penelantaran.

Setahun setelah Kampanye *Love Myself* dibuat, UNICEF meluncurkan suatu program yang diberi nama “*Generation Unlimited*” pada tahun 2018. *Generation Unlimited* adalah kerjasama baru yang dibentuk untuk membantu generasi muda menjadi sukses di masa depan. Maka dari itu, sasaran *Generation Unlimited* ialah semua anak-anak muda yang berusia 10 – 24 tahun dengan bantuan dalam bentuk sekolah, pembelajaran, pelatihan atau pekerjaan pada tahun 2030. Program ini menggabungkan publik, mitra pribadi, dan generasi muda untuk mengidentifikasi skala solusi, peluang investasi, dan memberdayakan semua generasi muda untuk menjadi pengaruh positif dalam lingkungan mereka. Menyuarakan suara-suara generasi muda, menciptakan sinergi antara aktor global utama guna mempercepat momentum menuju pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). (*Generation Unlimited*, [http://www.genunlimited.org/GenUBrochure\\_FINAL.pdf](http://www.genunlimited.org/GenUBrochure_FINAL.pdf) diakses pada 26 April 2021)

Alasan program ini dibuat karena Generasi muda zaman sekarang banyak yang tidak memiliki keterampilan dan peluang yang diperlukan untuk bekerja di masa depan, ini adalah akibat dari kekerasan pada anak. Berdasarkan survei generasi muda oleh *Global Business Coalition for Education*, hasilnya menyatakan bahwa 39% dari anak-anak muda yang bersekolah tidak mendapatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja. Dengan demikian, pada tahun 2030, akan ada lebih dari setengah dari semua anak-anak muda yang tidak akan siap

untuk keterampilan yang dibutuhkan dalam bekerja di masa depan. Hal tersebut lah yang memicu "*Generation Unlimited*" diluncurkan.

Zaman yang terus berkembang setiap harinya seperti Dunia konektivitas massa, peningkatan mobilitas serta kemajuan teknologi yang membuat generasi muda saat ini hidup di dunia dengan potensi yang tidak terbatas. Dunia menjadi tempat dimana generasi muda lebih memilih bertahan hidup dan menerima pendidikan lebih dari pada sebelumnya. Pendidikan, keterampilan, dan peluang yang relevan dengan kehidupan dan pekerjaan generasi muda di masa depan. Akan ada 1,8 miliar perempuan dan laki-laki yang siap memanfaatkan potensi mereka sebaik mungkin dan berkontribusi pada kesejahteraan keluarga dan lingkungan bermasyarakat mereka.

Program *Generation Unlimited* ini diluncurkan tepat saat Sidang Umum PBB ke-73 yang diadakan di New York, California pada tanggal 24 September 2018. Pada Sesi ke-74 Majelis Umum PBB, *Generation Unlimited and Global Business Coalition for Education* menjadi tuan rumah acara selama sesi tersebut. Acara ini menyatukan sekelompok 150 pemimpin global yang berbeda, tingkat tinggi dari komunitas bisnis, pemerintah, PBB, dan masyarakat sipil, serta generasi muda untuk mendapatkan kemitraan baru, solusi inovatif, dan investasi baru. Direktur di *Generation Unlimited* sendiri adalah Roberto Benes. (*Generation Unlimited, Reimagining Education: Preparing the Next Generation Skill Future*, <https://www.generationunlimited.org/stories/reimagining-education-preparing-next-generation-skills-future> diakses pada 27 April 2021)

Group BTS terpilih sebagai *representative of Global Youth*, dikarenakan UNICEF melihat kepopuleran Group BTS dikalangan remaja saat ini sehingga bisa dikatakan mereka media yang efektif untuk menyuarakan Kampanye serta program yang berfokus pada remaja. Tak hanya itu, group BTS sudah memiliki kepedulian yang besar terhadap isu kekerasan pada anak dan remaja, hal tersebut terlihat melalui lagu yang mereka buat dan dana bantuan yang telah mereka donasikan bahkan sebelum bergabung dengan kampanye *#EndViolence* dan *Generation Unlimited* milik UNICEF. Dengan pengaruh yang group BTS miliki diseluruh penjuru dunia, pesan-pesan kemanusiaan dapat tersampaikan dengan cepat pada masyarakat internasional yang masih acuh dengan isu kekerasan pada anak dan remaja. Selain itu group BTS berasal dari Korea Selatan, suatu negara yang berada di benua Asia. Populasi dunia menurut *worldometers*, bangsa Asia adalah bangsa yang mendominasi populasi dunia. Pada website *worldometers* tercatat bahwa sejak tahun 1955 hingga 2021 Asia selalu menempati peringkat 1 sebagai mayoritas populasi di dunia. Untuk report tahun 2021 tercatat ada sebanyak 4.673.362.272 populasi, hal tersebut tehitung 59,76% yang berarti bangsa Asia sudah mendominasi setengahnya dari pada bangsa lain yang ada di dunia. Jika di cek kembali pada website *worldometers* populasi dari bangsa Asia akan terus bertambah setiap detiknya, hal ini membuat bangsa Asia diperkirakan akan tetap berada di peringkat ke-1 hingga tahun 2050 mendatang. Dengan group BTS terpilih sebagai Duta, tentu pengaruhnya akan semakin kuat karena group BTS berasal dari bangsa yang mendominasi dunia, yaitu bangsa Asia (*worldometers*, 2021).

Kerjasama UNICEF dengan Group BTS dalam kampanye *Love Myself* bukan acara satu kali saja melainkan bersifat kontrak, mereka meneken kontrak selama 2 tahun kedepan sejak kontraknya diresmikan. Dan pada 5 Maret 2021 Group BTS dan UNICEF secara resmi mengumumkan pembaruan kontrak kampanye *Love Myself* hingga tahun 2022. Kampanye ini meningkat menjadi kemitraan MCA multinasional. (LoveMyself.org, 2021)

Kampanye *Love Myself* memiliki tujuan yang sama dengan program *Generation Unlimited* milik UNICEF dan sasaran programnya adalah para generasi muda dan masyarakat internasional diseluruh dunia yang belum memperhatikan isu kekerasan pada anak dan remaja. Sejak awal Kampanye *Love Myself* ingin memberikan semangat serta motivasi untuk anak-anak dan remaja yang belum mencintai diri mereka sendiri, tapi karena group BTS adalah idol, mereka menyampaikan pesan-pesan motivasinya melalui lagu yang mereka buat sendiri hal ini lah yang membuat kampanye *Love Myself* memiliki misi yang berbeda dengan UNICEF. Tujuan kampanye *Love Myself* sendiri berbunyi “*Love Myself, then make the world a better place for all with that love*” pesan yang ingin disampaikan BTS adalah “*True Love*” karena cinta sejati berawal atau datang dari *Love Yourself*.

Group BTS memiliki pengaruh yang kuat, harapan dan pengaruh positif yang diberikan kepada dunia, hal tersebut mendukung untuk mensukseskan kampanye *#EndViolence* serta program *Generation Unlimited*. Dengan bantuan Group BTS, *Generation Unlimited* menjadi pendekatan inovatif dalam memperluas dukungan sosialnya terhadap generasi muda yang bernasib kurang

baik dalam transisi dari masa remaja menuju dewasa. Bisa dikatakan Group BTS akan membuka jalan lebih lebar lagi agar masyarakat Internasional lebih memperhatikan isu kekerasan yang terjadi pada anak-anak dan remaja. Group BTS memberikan dampak yang besar, dan untuk mengukurnya bisa diukur dengan berbagai cara seperti melihat data donasi yang terkumpul pada website resmi kampanye *Love Myself*, kepopularitas yang dimana nama Group BTS sudah tidak asing lagi di media internet, data jumlah penonton pada setiap Konser *world tour* milik Group BTS, Data kontribusi Group BTS terhadap PDB Korea Selatan, dan cara mereka mempromosikan budaya Korea Selatan pada dunia yang dimana Group BTS telah menarik sekitar 796.000 wisatawan asing pertahun untuk berkunjung ke Korea Selatan. Group BTS melakukan diplomasi publik dan diplomasi digital, hal ini akan sangat membantu UNICEF dalam menjalankan misinya.

Pada sidang umum PBB ke-73 di California, Group BTS diundang untuk datang sebagai pembicara pada sidang tersebut. Sebagai aktor non-negara, kehadiran Group BTS pada saat itu menjadi sejarah dunia internasional. Pasalnya Sidang Umum PBB itu sendiri merupakan sidang formil yang selama ini hanya dihadiri oleh aktor negara atau utusan diplomatik suatu negara. Kehadiran Group BTS sebagai pembicara tentu berkaitan dengan peluncuran program *Generation Unlimited* pada saat itu. Pidato singkat yang disampaikan oleh Group BTS juga menjelaskan bahwa program *Generation Unlimited* akan menaruh perhatian khusus pada: meng-advokasi tindakan kekerasan terhadap pemuda, bantuan mengatasi kesulitan dalam fase remaja, penanganan krisis pendidikan, pelatihan,

kesehatan, dan lapangan pekerjaan untuk para pemuda. Group BTS dianggap merepresentasikan secara simbolis pada pemuda yang ada diseluruh dunia (*Representative of Global Youth*) itu karena Group BTS menyampaikan komitmennya untuk bertanggung jawab dan berperan dalam masa depan anak-anak muda lainnya yang ada diseluruh dunia. Maka dari itu program *Generation Unlimited* menekankan tema milik *Love Yourself* sebagai petisi bagi generasi muda.

Perubahan yang terjadi semenjak kampanye *Love Myself* terbentuk ialah, masyarakat menjadi lebih peduli dengan isu kekerasan, hal ini dibuktikan karena saat Group BTS mengadakan konser tur keliling dunia, mereka membuka stan kampanye juga di luar stadium dan banyak sekali fans yang mengantri pada stan kampanye tersebut. Bisa dikatakan fans Group BTS lah yang membuat kampanye *Love Myself* ini sukses. ARMY (sebutan untuk fans BTS) yang membuat trending hastag *#BTSLoveMyself* sehingga banyak kalangan masyarakat yang penasaran lalu mencari tahu lebih dalam tentang tagar tersebut. Dan semenjak pidato RM (*leader* Group BTS) di Sidang Umum PBB, dampaknya sangat luar biasa, hal ini diketahui karena banyak sekali orang yang menggunakan hastag *#SpeakYourself* setelah video pidato RM menyebar di media sosial. Peran media komunikasi di zaman sekarang tentu memiliki pengaruh yang sangat besar, bisa dikatakan bahwa Group BTS melakukan diplomasi digital sekaligus diplomasi publik. Group BTS dan ARMY bersatu untuk memberikan dukungan dalam bentuk donasi yang akan dipergunakan untuk melindungi dan mendukung anak-anak dan remaja korban kekerasan di seluruh dunia.

Upaya lain yang dilakukan Group BTS dalam mensukseskan kampanye dan program ialah dengan menyampaikan pesan-pesan positif untuk memotivasi anak dan remaja diseluruh dunia melalui media sosial maupun melalui lagu yang mereka buat. Dan dukungan yang dilakukan UNICEF ialah membantu membuat acara atau membangun stan kampanye *Love Myself / #EndViolence* saat Group BTS melakukan konser tur keliling dunia. Pada event atau stan kampanye tersebut, pengunjung bisa merasakan berbagai kegiatan, mempelajari tentang kampanye yang bersangkutan hingga memberikan dukungan berupa donasi atau tindakan. Kesuksesan dari kampanye *Love Myself* ini membuat kampanye ini mendapatkan penghargaan dari UNICEF pada *Inspire Award* dalam kategori “*Best Intergrated Campaigns and events*” hanya acara yang sukses saja yang bisa mendapatkan penghargaan dari awards tersebut. Itu artinya bantuan Group BTS sangat membantu dalam kesuksesan kampanye dan program milik UNICEF.

Adapun kolerasi antara semuanya yaitu, Program UNICEF yang bernama *Child Protection* berkomitmen untuk mencegah dan menangani kasus kekerasan pada anak dan remaja, itu dikarenakan korban memiliki hak untuk hidup aman dan menggapai cita-citanya, apabila dikaitkan, kampanye *#EndViolence* memberikan perlindungan dan mengakhiri kekerasan pada anak seperti *bullying*, perlakuan yang salah, pelecehan seksual, eksploitasi, dan penelantaran. Selanjutnya Group BTS dengan kampanye *Love Myself* menjalankan misinya dengan menarik perhatian publik melalui diplomasi publik dan music yang diciptakan yang dimana jika masyarakat internasional sudah menaruh perhatian ada kemungkinan masyarakat internasional akan ikut berdonasi, kemudian dana

donasi akan disalurkan pada UNICEF untuk menjalankan misinya. Setelah dana sudah di salurkan, *Generation Unlimited* akan berperan sebagai wadah untuk membantu generasi muda ataupun anak-remaja korban kekerasan dalam menggapai cita-citanya yang dimana hal tersebut adalah hak dari generasi muda.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengambil beberapa referensi penelitian sebelumnya dan juga beberapa jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini dan digunakan sebagai acuan dalam pembahasan. Adapun penelitian terdahulu pertama yang dijadikan acuan yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Ridha Ananda dari Universitas Riau pada tahun 2020 dengan judul “Peranan Kpop Idol Bts (Bangtan Boys) Dalam Program Generation Unlimited”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa era globalisasi saat ini membuat budaya asing dengan mudah tersebar luas di seluruh penjuru dunia. *Korean Wave* akhir-akhir ini sedang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di dunia. Maka dari itu UNICEF menggandeng Grup BTS sebagai duta untuk kampanye *Generation Unlimited*, Hal ini bisa terjadi karena kepopuleran Grup BTS saat ini.

Adapun alasan mengapa penelitian tersebut dijadikan sebagai tinjauan penelitian, ialah pembahasannya yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu mengenai kerjasama UNICEF dan Grup BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja didunia. Yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah letak fokus pembahasannya. Peneliti terdahulu memfokuskan pada peranan Grup BTS sedangkan penelitian penulis berfokus pada bentuk kerjasama dan hasil kerjasama dari UNICEF dengan Grup BTS.

Penelitian berikutnya yang dijadikan acuan adalah penelitian dari Reini Azriel G.Evangelista dengan judul “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”. Hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa selebriti berperan sebagai diplomat. BTS bisa disebut selebriti diplomasi karena mereka bekerja sama dengan UNICEF dalam mempromosikan kampanye End Violence melalui kampanye milik mereka sendiri. BTS menggunakan pengaruhnya sebagai selebriti untuk menyampaikan pesan dari kampanye milik UNICEF.

Alasan penulis menjadikan penelitian ini sebagai acuan karena bahasanya masih sejalan yaitu membahas tentang kerjasama UNICEF dengan Grup BTS dalam suatu kampanye. Namun yang membedakannya dengan penelitian penulis ialah, penelitian milik Reini Azriel lebih berfokus pada peran BTS sebagai alat soft power yaitu selebriti diplomasi. Sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada bentuk kerjasama dan hasil kerjasama antara UNICEF dengan Grup BTS.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dengan judul “Analisis pengetahuan khalayak tentang isu kekerasan anak dalam kampanye *‘love myself’* #EndViolence” yang disusun oleh The Josephine Jonasa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2020. Penelitian ini berusaha mencari tahu pengetahuan khalayak tentang isu kekerasan anak dalam kampanye “Love Myself” #EndViolence. Khalayak yang berasal dari latar belakang individu yang berbeda untuk mewakili pengetahuan mereka mengenai isu kekerasan anak.

Dalam penelitian ini mengandung informasi mengenai hubungan kerjasama kampanye Love Myself dengan kampanye End Violence, karena masih sejalan dengan penelitian penulis maka dari itu penelitian terdahulu ini diambil sebagai acuan untuk menyusun penelitian. Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian Josephine, ia memfokuskan penelitiannya untuk mencari tahu pengetahuan khalayak tentang isu kekerasan anak dalam kampanye ‘Love Myself’ #EndViolence. Sedangkan penelitian penulis berfokus pada bentuk kerjasama dan hasil dari kerjasama UNICEF dengan Grup BTS.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan membahas tentang :

**“Kerjasama UNICEF dan Group BTS Melalui Kampanye *Love Myself*  
Dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan pada Anak dan Remaja di Dunia”**

Ketertarikan peneliti terhadap penelitian ini didukung oleh beberapa mata kuliah Ilmu Hubungan Internasional yang telah dipelajari oleh peneliti, yaitu antara lain:

1. Organisasi Internasional

Mata Kuliah ini membantu peneliti dalam menjelaskan bagaimana UNICEF memainkan peran yang signifikan dalam menangani isu-isu kekerasan terhadap anak-anak dan remaja. Serta membantu untuk memahami pendekatan teoritis yang dapat digunakan untuk menganalisa aktor non–negara (Group BTS).

## 2. Dinamika Politik Internasional

Mata Kuliah ini membantu peneliti dalam menjelaskan maksud dan tujuan Group BTS menjadi *Representative of Global Youth*. Dan untuk mengetahui usaha Korea Selatan dalam mempergunakan Group BTS sebagai kekuatan untuk dapat mewujudkan kepentingan nasionalnya.

## 3. Teori Hubungan Internasional

Mata Kuliah ini membantu peneliti dalam memahami konsep-konsep serta teori-teori yang akan digunakan dalam menganalisis kerjasama UNICEF dan Group BTS dalam Kampanye *#EndViolence, Generation Unlimited* dan Kampanye *Love Myself*.

## 4. Hubungan Internasional di Asia Timur

Mata Kuliah ini membantu peneliti memahami dan mengenal maksud dan tujuan dari Korea Selatan dalam menggunakan Group BTS sebagai soft power diplomasi.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

#### **1.2.1 Rumusan Masalah Mayor**

Rumusan masalah mayor yang peneliti angkat dan akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kerjasama UNICEF dan Group BTS Melalui Kampanye *Love Myself* Dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan pada Anak dan Remaja di Dunia?”

### **1.2.2 Rumusan Masalah Minor**

1. Apa bentuk Kerjasama dan Program-program yang dilakukan oleh UNICEF dan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja?
2. Apa upaya yang dilakukan oleh UNICEF dan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja di kawasan Sub-sahara Afrika?
3. Apa hasil dari kerjasama UNICEF dengan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja tersebut?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini akan diberikan batasan masalah agar permasalahan yang diteliti dapat lebih terarah. Peneliti akan membatasi waktu penelitian yang dimulai dari tahun 2017 sampai tahun 2021, namun pada tahun 2021 hanya dampaknya saja. Pada tahun 2017 awal mula kampanye *Love Myself* diluncurkan dan pada tahun 2021 pembaruan kontrak terbaru kampanye *Love Myself*.

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk meneliti Bagaimana Kerjasama UNICEF dan Group BTS Melalui Kampanye *Love Myself* Dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan pada Anak dan Remaja di Dunia, khususnya pada kawasan Sub-sahara afrika.

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bentuk kerjasama dan program yg dilakukan oleh UNICEF dan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan terhadap anak dan remaja.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan UNICEF dan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja di kawasan Sub-sahara afrika.
3. Untuk mengetahui hasil kerjasama UNICEF dengan Group BTS dalam menanggulangi kekerasan pada anak dan remaja didunia.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua:

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Diharapkan dapat menambah wawasan peneliti serta memberikan atau menambah pembedaharaan pustaka, serta dapat memberikan sedikit, sumbangan bagi Ilmu pengetahuan studi Ilmu Hubungan Internasional, dan memahami tentang Bagaimana Kerjasama UNICEF dan Group BTS Melalui Kampanye *Love Myself* Dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan pada Anak dan Remaja di Dunia.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktisi**

1. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi bagi para penstudi Ilmu Hubungan Internasional yang tertarik dengan Kerjasama Organisasi Internasional dengan aktor non-negara.

2. Untuk sumbangan pengetahuan khususnya bagi penstudi Ilmu Hubungan Internasional dalam Kerjasama UNICEF dan Group BTS Melalui Kampanye *Love Myself* Dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan pada Anak dan Remaja di Dunia.