

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya pop merupakan salah satu produk dari globalisasi di mana perkembangan teknologi informasi menciptakan suatu budaya tersendiri di masyarakat. Menurut definisinya, budaya pop merupakan budaya populer modern yang ditransmisikan melalui media massa dan ditujukan terutama pada kaum muda, melalui *fashion*, musik, dan film.<sup>1</sup> Perkembangan budaya pop sendiri didukung oleh perkembangan teknologi informasi di mana media berperan besar dalam menyebarkan budaya pop. Budaya pop yang pertama kali muncul adalah *American Pop* yang dianggap salah satu fenomena global karena memberikan dampak yang luar biasa di masyarakat seluruh dunia. Amerika Serikat sebagai negara hegemoni telah membawa banyak pengaruh ke negara lain baik melalui musik, film, dan budaya. Pengaruh yang dibawa oleh Amerika Serikat melalui industri musik dan film dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk diplomasi ke negara lain. Namun tidak hanya Amerika Serikat yang membawa budayanya sebagai salah satu bentuk diplomasi negaranya, Inggris yang juga merupakan salah satu negara kompetitor yang bagi Amerika Serikat juga membawa pengaruh budaya pop yang cukup besar di dunia. *British Pop Culture* yang dibawa oleh Inggris juga memiliki pengaruh yang besar secara global. Selain film dan *fashion*, salah satu fenomena *British Pop Culture* adalah musik Inggris. Inggris memang dikenal sebagai negara hegemon pada era Perang Dunia, namun berakhirnya

---

<sup>1</sup> Oxford Dictionaries, *Pop Culture*, <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/pop-culture>, (diakses pada 15 Oktober 2014, 00.32). 2014.

Perang Dunia II menyebabkan Inggris bukan lagi negara hegemon di dunia. Ditengah merosotnya posisi internasional Inggris pasca Perang Dunia II, *British Pop Culture* justru mengalami perkembangan secara internasional<sup>2</sup> dengan pesat dan Inggris masih dianggap sebagai salah satu negara besar di dunia.

Perang Dunia II tentunya membawa pengaruh yang cukup besar dalam perubahan Inggris. Tidak hanya mempengaruhi salah satu aspek kehidupan seluruh dunia maupun individu, namun dampaknya mempengaruhi seluruh aspek penting di kehidupan bahkan selama bertahun-tahun. Inggris pun juga mengalami perubahan yang cukup besar dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik setelah Perang Dunia II. Inggris memang dikenal sebagai negara monarki yang cukup unik dan kuat. Perang Dunia I memperlihatkan bagaimana kondisi Inggris perlahan-lahan tidak lagi dianggap sebagai ‘raksasa’ meskipun kondisinya masih kuat dan makmur namun permasalahan ekonomi akibat peperangan menyebabkan kondisinya berubah. Negara-negara jajahannya seperti di Afrika dan Asia mulai memerdekakan diri sehingga menyebabkan ketahanan Inggris mulai berkurang.<sup>3</sup> Perekonomian Inggris yang hancur akibat kalah perang, perlahan-lahan pulih dibantu juga dengan pasokan bahan baku dari bekas koloni. Banyaknya pekerja sampingan dan perempuan menyebabkan peningkatan standar hidup di Inggris.<sup>4</sup> Selain permasalahan sosial, Perang Dunia II juga menyebabkan bangunan-bangunan di Inggris hancur total, hal tersebut menjadi tantangan besar bagi arsitek

<sup>2</sup> Perkembangan Internasional yang dimaksudkan penulis disini dilihat melalui kesuksesan musisi Inggris dalam membawa pengaruhnya ke dunia global dan melihat dari penjualan album artis Inggris dari seluruh dunia.

<sup>3</sup> BBC, *British History*, 2014, [http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview\\_1945\\_present\\_01.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview_1945_present_01.shtml), (diakses pada 30 November 2014, 18.01).

<sup>4</sup> Referaty.SK, *How Did the Second World War Affect the British Society?*, <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/dejepis/6178/?print=1>, (diakses pada 13 Maret 2015, 22.51).

untuk membangun perumahan dan juga sekolah. Adanya kebijakan perumahan pasca-perang yang ditawarkan menyebabkan merenggangnya hubungan dalam suatu keluarga<sup>5</sup>, di mana pada sebelum perang kebanyakan keluarga tinggal berdampingan dengan sanak keluarga. Namun tren pasca-perang adalah orang-orang Inggris cenderung menjadi lebih terpisah satu sama lain, di mana sebelum perang anggota keluarga sangat terisolasi dan struktur keluarga tua sangat kuat tetapi berakhirnya perang struktur keluarga cenderung kurang terikat.<sup>6</sup> Hal ini juga berdampak pada generasi pasca-perang yang sangat berbeda dari generasi sebelum terjadinya perang. Generasi pasca-perang tampak lebih bahagia, lebih santai, dan penuh energi baru.<sup>7</sup> Terjadinya perang menjadikan generasi muda kala itu lebih bebas dan mandiri. Tidak hanya itu, perubahan penduduk yang besar dengan adanya imigrasi besar-besaran yang menyebabkan Inggris memiliki penduduk dengan etnis yang beragam dan hal ini juga berdampak pada budaya yang muncul.<sup>8</sup>

Perubahan-perubahan inilah yang pada akhirnya berdampak pada budaya di Inggris. Salah satu budaya yang berkembang pesat adalah budaya pop terutama pada musik yang sangat berbeda dengan budaya kerajaan.<sup>9</sup> *British Pop Culture*

<sup>5</sup> Referaty.SK, *How Did the Second World War Affect the British Society?*, <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/dejepis/6178/?print=1>, (diakses pada 13 Maret 2015, 22.51).

<sup>6</sup> Referaty.SK, *How Did the Second World War Affect the British Society?*, <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/dejepis/6178/?print=1>, (diakses pada 13 Maret 2015, 22.51).

<sup>7</sup> Referaty.SK, *How Did the Second World War Affect the British Society?*, <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/dejepis/6178/?print=1>, (diakses pada 13 Maret 2015, 22.51).

<sup>8</sup> BBC, *British History*, 2014, [http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview\\_1945\\_present\\_01.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview_1945_present_01.shtml), (diakses pada 30 November 2014, 18.01).

<sup>9</sup> BBC, *British History*, 2014, [http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview\\_1945\\_present\\_01.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview_1945_present_01.shtml), (diakses pada 30 November 2014, 18.01).

berkembang secara internasional dijadikan sebagai *soft power*. Musik merupakan salah satu bagian dari *British Pop Culture* yang berperan cukup besar dalam melambungkan nama Inggris di dunia internasional. Musik Inggris adalah aset budaya yang menginspirasi seluruh masyarakat di belahan dunia. Warisan musik Inggris merupakan salah satu daya tarik Inggris di mata internasional selain itu juga Inggris merupakan eksportir terbesar kedua di dunia musik.<sup>10</sup> Dilihat dari kemunculan budaya pop Inggris atau disebut dengan *British Pop Culture* memiliki beberapa fase, yaitu *British Invasion I*, *Britpop* dan *Cool Britania* atau disebut dengan *British Invasion II* hingga saat ini.<sup>11</sup> Fase pertama dikenal dengan istilah *British Invasion* atau Invasi Britania. Meskipun tidak sebesar pengaruh yang dibawa Amerika Serikat namun perlahan-lahan *British Invasion* meluas ke berbagai negara. Kebangkitan musisi-musisi Inggris yang dikenal sebagai *British Invasion* dapat dikatakan sebagai diplomasi budaya Inggris. The Beatles merupakan band pertama Inggris yang memulai gerakan *British Invasion* pada tahun 1960-an.<sup>12</sup> Nama *British Invasion* diciptakan oleh pers untuk menggambarkan band Inggris yang melakukan perjalanan ke Amerika Serikat dan membuat nama untuk diri mereka sendiri. The Beatles merupakan band Inggris pertama yang merajai *Billboard Charts* Amerika Serikat. Pada tahun 1964, lagu-lagu The Beatles mendominasi *Billboard Charts* dapat dilihat dalam tabel berikut,

---

<sup>10</sup> VisitBritain, *Wish You Were Here: Music Tourism's Contribution to the UK Economy October 2013*, hal 9.

<sup>11</sup> Anglobilia, *England's Culture: Britpop*, <http://www.anglobilia.com/culture/britpop.html>, (diakses pada 30 November 2014, 19.07).

<sup>12</sup> UK Essays, *Britishness*, <http://www.ukessays.com/essays/sociology/britishness-beatles-politics-and-music.php>, (diakses pada 13 Oktober 2014, 16.32).

Tabel I.0

**The Beatles Hot 14**

Chart #s on Billboard 11 April 1964

Peringkat	Judul Lagu
1	Can't Buy Me Love
2	Twist & Shout
4	She Loves You
7	I Want To Hold Your Hand
9	Please Please Me
14	Do You Want to Know a Secret
38	I Saw Her Standing There
48	You Can't Do That
50	All My Loving
52	From Me to You
61	Thank You Girl
74	There's A Place
78	Roll Over Beethoven
81	Love Me Do

Sumber: Billboard Hot 100, 1964.

Selain itu, Inggris dikenal sebagai negara kosmopolit dimana penduduknya berasal dari berbagai suku dan negara karena seperti yang kita ketahui bahwa Inggris merupakan salah satu negara tujuan imigrasi di dunia menyebabkan banyak pengaruh yang dibawa penduduknya<sup>13</sup> yang menciptakan keanekaragaman jenis musik daripada musisi di Amerika Serikat pada tahun 1960an. Untuk itulah *British Invasion* ini digunakan sebagai diplomasi budaya yang digunakan oleh Inggris untuk menyebarkan pengaruhnya.

Seiring berkembangnya teknologi informasi yang pesat pada awal tahun 1990an semakin memudahkan informasi dan juga pengaruh yang diterima oleh masyarakat dari media, baik media massa maupun media cetak. Amerika Serikat

<sup>13</sup> BBC, *British History*, 2014, [http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview\\_1945\\_present\\_01.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/british/modern/overview_1945_present_01.shtml), (diakses pada 30 November 2014, 18.01).



berhasil menyebarkan pengaruhnya melalui musik, film, dan budaya pop nya. Media berperan besar dalam penyebaran pengaruh Amerika Serikat dimana salah satunya adalah MTV sebagai produk hegemoni budaya Amerika Serikat. Pada awal perkembangan budaya pop didominasi oleh Amerika Serikat melalui musiknya, namun musisi Inggris mulai muncul dengan genre Britpop nya yang dianggap sebagai *British Invasion II*. Genre Britpop disini memiliki dua tujuan utama, yaitu untuk meredam musik elektronik era 1980-an dan bereaksi terhadap musik grunge yang diusung oleh Amerika Serikat melalui Nirvana dan Pearl Jam.<sup>14</sup> Britpop sendiri merupakan gerakan rock alternatif Inggris dari tahun 1990an dengan ditandai kemunculan band-band yang banyak terpengaruh dari musik tahun 1960-1970an dan pada akhirnya menciptakan suatu “lagu kebangsaan” bagi generasi baru pemuda Inggris.<sup>15</sup> Gerakan Britpop cepat memperoleh perhatian besar dari media Inggris, Eropa Barat, dan beberapa bagian di Amerika Serikat.<sup>16</sup> Berkembangnya Britpop yang juga disebut dengan *Cool Britannia* pada tahun 1990-an, menciptakan band-band Inggris yang mulai menggeser band Amerika Serikat, seperti Oasis, Blur, dan Pulp. Pada masa kini, musik Inggris tidak hanya sebagai suatu karya seni namun juga sebagai *national identity* dari Inggris. Hal ini disampaikan oleh Sir John Major, perdana menteri setelah Margaret Thatcher, bahwa keberhasilan Britpop didukung oleh perubahan

<sup>14</sup> UK Essays, *Britishness*, <http://www.ukessays.com/essays/sociology/britishness-beatles-politics-and-music.php>, (diakses pada 13 Oktober 2014, 16.32).

<sup>15</sup> England's Culture: Britpop, *Anglobilia all about England: Britpop*, <http://www.anglobilia.com/culture/britpop.html>, (diakses pada 3 November 2014, 22.50).

<sup>16</sup> England's Culture: Britpop, *Anglobilia all about England: Britpop*, <http://www.anglobilia.com/culture/britpop.html>, (diakses pada 3 November 2014, 22.50).

politik yang menyebabkan budaya musik populer Inggris. Salah satu caranya memberikan dana dan lotere untuk departemen budaya pada tahun 1992.<sup>17</sup>

Pada masa sekarang setelah kepemimpinannya, Sir John Major menyebutkan bahwa musisi masa kini seperti One Direction dan Susan Boyle merupakan aset nasional yang telah meningkatkan berdirinya Inggris di dunia.<sup>18</sup> Selain musik, menurut Sir John Major menyebutkan bahwa pertunjukan musik seperti Adele, film James Bond, dan pertandingan sepak bola Premier League berdiri disamping Ratu dan aturan hukum yang ikut menyumbang tingkat *soft power* yang dimiliki Inggris.<sup>19</sup> Kemunculan budaya pop Inggris inilah yang pada akhirnya menggeser posisi Amerika Serikat, bahkan musik Inggris sendiri berhasil menyumbang sepertiga dari seluruh penjualan di Amerika Serikat.<sup>20</sup> Menurut Badan Perdagangan Industri Musik, yaitu BPI sebagai pasar musik paling kompetitif di dunia, musik Inggris menciptakan suatu “invasi” dimana menjual album terbanyak (13,7 persen) pada tahun 2012.<sup>21</sup> Adele, dua album dari One Direction, dan Mumford & Sons mengklaim bahwa mereka merupakan empat dari lima album paling laris di Amerika Serikat pada tahun 2012.<sup>22</sup> Kemunculan *British Pop Culture* sebagai fenomena global ini dapat dikatakan sebagai suatu

<sup>17</sup> Rupert Till, *Pop Cult: Religion and Popular Music*, London; New York: Continuum, 2010.

<sup>18</sup> Matthew, Holehouse, One Direction Give Britain Diplomatic Clout dalam <http://www.telegraph.co.uk/culture/music/10521582/One-Direction-give-Britain-diplomatic-clout-says-Sir-John-Major.html> [online] (diakses pada 28 Juni 2014, 23.29). 2013.

<sup>19</sup> Matthew Holehouse, “One Direction Give Britain Diplomatic Clout, Says Sir John Major”, *The Telegraph*, <http://www.telegraph.co.uk/culture/music/10521582/One-Direction-give-Britain-diplomatic-clout-says-Sir-John-Major.html>, 2013, (diakses pada 30 April 2015).

<sup>20</sup> Jeremy Allen, *Want to be A Rock n Roll Star? Fill Out A Government Application Form*, 2014, <http://www.theguardian.com/music/2014/feb/24/music-export-growth-scheme-independent-industry-british-bands>, (diakses pada 1 Juli 2014, 12.55).

<sup>21</sup> Stuart Kemp, *Adele, One Direction Help Britain to Record Global Album Market Share*, 2013, <http://www.billboard.com/biz/articles/news/retail/1566131/adele-one-direction-help-britain-to-record-global-album-market>, (diakses pada 7 Desember 2014).

<sup>22</sup> Stuart Kemp, *Adele, One Direction Help Britain to Record Global Album Market Share*, 2013, <http://www.billboard.com/biz/articles/news/retail/1566131/adele-one-direction-help-britain-to-record-global-album-market>, (diakses pada 7 Desember 2014).

perlawanan hegemoni budaya Amerika Serikat yang banyak membawa pengaruh di dunia internasional, dimanfaatkan Inggris sebagai *soft diplomacy*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut, mengapa ditengah kemerosotan relatif<sup>23</sup> posisi internasional Inggris, perkembangan *British Pop Culture* justru meningkat pasca Perang Dunia II?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan penjelasan yang lebih memadai mengenai perkembangan internasional *British Pop Culture* di mana hal ini bersamaan dengan kemerosotan posisi internasional Inggris pasca Perang Dunia II serta mengetahui peran pemerintah dan *non state actors* dalam kaitannya.

## 1.4 Kerangka Teori

Pada penelitian ini, penulis melakukan kajian teori dengan tujuan untuk menemukan acuan yang berhubungan dengan objek penelitian agar mencapai penelitian yang relevan dan suatu legitimasi konseptual. Untuk itu penulis perlu menemukan teori yang berkaitan dengan topik penelitian, agar dapat memecahkan masalah yang ada. Oleh karena itu, dalam kajian teori ini penulis membahas beberapa hal untuk menjelaskan *British Pop Culture* itu sendiri melalui beberapa konsep.

<sup>23</sup> Kemerosotan Relatif yang dimaksudkan penulis disini adalah bagaimana kondisi Inggris yang yang tidak lagi dianggap sebagai negara 'hegemon' pasca Perang Dunia II.



### 1.4.1 Kaitan *Hard Power* dan *Soft Power*

Dalam pandangan realis di hubungan internasional, *power* merupakan hal yang mendasar dalam politik dunia.<sup>24</sup> *Power* sendiri digunakan untuk mempertahankan kedaulatan negara ataupun mempengaruhi negara lain. Nye mendefinisikan *power* sebagai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.<sup>25</sup> *Power* sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *hard power* dan *soft power*. *Hard power* sendiri dikenal sebagai kekuatan koersif yang dilakukan dengan cara membujuk atau mengancam.<sup>26</sup> *Hard power* didasarkan pada intervensi militer, diplomasi koersif, dan sanksi ekonomi.<sup>27</sup> Sehingga *hard power* sangat tergantung pada sumber daya suatu negara, terutama pada angkatan bersenjata dan sarana ekonomi.<sup>28</sup> Peperangan seperti Perang Dunia I, Perang Dunia II, atau Perang Dingin merupakan salah satu contoh dari *hard power*. Aktor yang berperan dalam *hard power* biasanya dilakukan oleh negara.

Pada masa peperangan, banyak negara masih menggunakan *hard power* untuk menguasai negara lain. Namun setelah berakhirnya Perang Dunia maupun Perang Dingin, justru memberikan pandangan yang berbeda untuk menguasai

<sup>24</sup> Pinar Bilgin & Berivan Elis, *Hard Power, Soft Power: Toward a More Realistic Power Analysis*. Insight Turkey, Vol. 10/No.2, 2008: 6.

<sup>25</sup> Jan-Philipps N E Wagner, *The Effectiveness of Soft & Hard Power in Contemporary International Relations*, 2014, <http://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/>, (diakses pada 6 Desember 2014, 12.57). 2014.

<sup>26</sup> Jan-Philipps N E Wagner, *The Effectiveness of Soft & Hard Power in Contemporary International Relations*, 2014, <http://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/>, (diakses pada 6 Desember 2014, 12.57). 2014.

<sup>27</sup> Wilson dalam Jan-Philipps N E Wagner, *The Effectiveness of Soft & Hard Power in Contemporary International Relations*, <http://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/>, (diakses pada 6 Desember 2014, 12.57). 2014.

<sup>28</sup> Gallaroti dalam Jan-Philipps N E Wagner, *The Effectiveness of Soft & Hard Power in Contemporary International Relations*, 2014, <http://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/> [online] (diakses pada 6 Desember 2014, 12.57).

negara lain, di mana tidak lagi menggunakan *hard power* namun menggunakan *soft power*. Bergesernya cara berdiplomasi suatu negara dari *hard diplomacy* menjadi *soft diplomacy* dipengaruhi dengan bergesernya tatanan geopolitik dunia. Terlihat dimana pada masa imperialisme, suatu negara melakukan ekspansi untuk memperluas wilayah mereka namun sekarang suatu negara cenderung memperluas pengaruhnya untuk menguasai negara lawannya. *Soft power* dalam *soft diplomacy* disini merupakan kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan suatu negara melalui atraksi daripada paksaan atau pembayaran.<sup>29</sup> Namun demikian, *hard power* dan *soft power* memiliki persamaan dimana keduanya memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan dengan cara memengaruhi perilaku orang lain.<sup>30</sup> Perbedaan mereka berada pada sumber dayanya, yaitu kemampuan pemerintah dimana mengubah perilaku orang lain melalui paksaan atau bujukan dan kemampuan membentuk apa yang orang lain inginkan melalui daya tarik budaya atau nilai-nilai untuk mempengaruhi orang lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa suatu negara tidak hanya membutuhkan *hard power* dalam mempertahankan negaranya, namun juga perlunya *soft power* untuk dapat memanipulasi negara lain agar mengikuti keinginan suatu negara. Beberapa ahli juga berpendapat bahwa *soft power* lebih efektif dan terkadang memperkuat namun juga dapat mengganggu *hard power*, namun dalam hal apapun, *soft power* tidak bergantung pada *hard power*.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Joseph Nye dalam Dewi Hartantya, *Soft Power*, <http://www.scribd.com/doc/53416830/Soft-Power>, (diakses pada 14 April 2014, 17.21)

<sup>30</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, 2004, <https://webfiles.uci.edu/schofer/classes/2010soc2/readings/8%20Nye%20Soft%20Power%20Ch%201.pdf> (diakses pada 24 November 2014, 21.34).

<sup>31</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, 2004, <https://webfiles.uci.edu/schofer/classes/2010soc2/readings/8%20Nye%20Soft%20Power%20Ch%201.pdf> (diakses pada 24 November 2014, 21.34).

Dalam konsep *soft power* terdapat upaya mengubah atribut atau prestasi suatu negara sebagai suatu media untuk mendapatkan keuntungan dalam dunia internasional. Menurut Nye, definisi dasar dari *soft power* tidak berubah dari waktu ke waktu, dimana *soft power* memproyeksikan daya tarik cara hidup suatu bangsa, nilai-nilai, budaya, pengalaman sejarah untuk mendapatkan konsensus dan legitimasi.<sup>32</sup> Selain itu, *soft power* sendiri memberikan hasil tertentu dalam kebijakan luar negeri dan bertindak sebagai instrumen untuk mendapatkan apa yang diinginkan suatu negara. Tulisan Joseph S. Nye (2004) mengenai *Soft Power* menyebutkan bahwa *Power* sendiri diartikan sebagai suatu kemampuan untuk melakukan suatu hal. Dalam tingkatan tertentu, *power* disini merupakan suatu kemampuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (2004: 15). Sedangkan *soft power* menurut Nye adalah kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain untuk membuat suatu hal terjadi<sup>33</sup> atau *soft power* adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui tindakan seperti paksaan atau pembayaran.<sup>34</sup>

Dalam mempengaruhi perilaku orang sendiri, terdapat beberapa cara, misalnya dengan memaksa ataupun menarik dan mengkooptasi mereka untuk menginginkan apa yang anda inginkan. *Soft power* suatu negara terletak pada sumber daya budaya, nilai-nilai, dan kebijakan.<sup>35</sup> Kekuasaan disini merupakan kemampuan untuk mempengaruhi orang lain mendapatkan sesuatu yang kita

<sup>32</sup> Ellwood, David, *Soft Power and the Politics of Influence*. Oxford University Press 2014. 2014.

<sup>33</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, 2004, <https://webfiles.uci.edu/schofer/classes/2010soc2/readings/8%20Nye%20Soft%20Power%20Ch%201.pdf> (diakses pada 24 November 2014, 21.34).

<sup>34</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

<sup>35</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

inginkan. Dalam mendapatkan keinginannya, pemerintah akan melakukan tiga cara utama, yaitu; ancaman paksaan, bujukan dan pembayaran, dan daya tarik yang membuat orang lain menginginkan apa yang anda inginkan.<sup>36</sup> *Soft power* adalah pokok dari politik demokrasi sehari-hari. Selain itu juga, *soft power* bukan hanya pengaruh meskipun merupakan salah satu sumber pengaruh. *Soft power* disini lebih dari sekedar persuasi atau kemampuan untuk memindahkan orang dengan argumen, namun *soft power* sendiri adalah kekuatan yang menarik. Dalam politik internasional, sumber daya yang menghasilkan *soft power* muncul sebagian besar dari nilai-nilai suatu organisasi atau negara yang diungkapkan dalam budaya, misalnya diterapkan pada kebijakan internal ataupun suatu tindakan untuk menangani hubungan dengan orang lain.

Dalam menerapkan *soft power*, suatu negara menggunakan diplomasi publik sebagai instrumen yang biasanya digunakan pemerintah untuk memobilisasi sumber daya ini untuk mengomunikasikan dan menarik publik dari negara lain, daripada negara mereka sendiri.<sup>37</sup> Diplomasi publik mencoba menarik perhatian melalui penyiaran, subsidi ekspor budaya, mengatur pertukaran, dan sebagainya. Namun, apabila isi budaya, nilai-nilai, dan kebijakan suatu negara dianggap tidak menarik maka diplomasi publik tidak dapat menghasilkan *soft power*. Sehingga dengan kata lain apabila suatu pengaruh suatu budaya dapat mempengaruhi negara lain melalui diplomasi publik maka negara tersebut telah menghasilkan *soft power*. Diplomasi publik disini bertujuan untuk menarik simpati atau menarik keinginan suatu negara untuk meniru pengaruh negara lain.

<sup>36</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

<sup>37</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

Dalam tulisan Nye, dicontohkan bagaimana Amerika Serikat melakukan diplomasi publik melalui film Hollywood yang mengekspos mengenai kekerasan terhadap negara-negara Muslim konservatif. Namun hal ini justru menimbulkan penolakan dibanding *soft power*. Selain itu, upaya Amerika Serikat untuk memperbaiki reputasinya juga melalui Voice of America (VOA) dengan memuji kebaikan kebijakan pemerintah Amerika Serikat juga dianggap kurang berhasil. Disini pemerintah terkadang merasa sulit dalam mengontrol dan menggunakan *soft power* akan tetapi hal ini tidak mengurangi kepentingannya terhadap negara lain.

Dalam penerapannya, *soft power* melalui diplomasi publik disini tidak hanya dilakukan oleh negara atau pemerintah saja. Menurut Edward R. Murrow selaku direktur *United States Information Agency* (USIA) pada pemerintahan Kennedy, yang didefinisikan diplomasi publik adalah interaksi yang tidak hanya dilakukan oleh pemerintah namun juga aktor non pemerintah seperti individu ataupun organisasi. Hal ini dikarenakan terkadang diplomasi publik yang disampaikan tidak dapat berhasil. Diplomasi yang baik harus tidak hanya berasal dari pemerintah namun juga campuran informasi. Dalam penyampaiannya, terdapat tiga dimensi dalam diplomasi publik, yang pertama adalah melalui komunikasi sehari-hari; yang kedua adalah komunikasi strategis, yang mengembangkan satu set tema berupa kampanye politik atau iklan. Kampanye ini dapat berupa peristiwa simbolis dan komunikasi untuk memperkuat tema sentral atau memajukan kebijakan pemerintah tertentu; dan yang ketiga adalah



pengembangan hubungan dengan tokoh utama melalui beasiswa, pertukaran pelatihan, seminar, konferensi, dan akses ke saluran media.<sup>38</sup>

Menurut definisi *soft power* sendiri yaitu membuat orang lain ingin melakukan hal yang sama yang anda inginkan. Hal ini membutuhkan pemahaman lebih. Pernyataan dari pemerintah atau kepala negara saja terkadang kurang mendapatkan respon yang baik dari publik ataupun masyarakat ataupun masyarakat tidak memahami apa yang diinginkan oleh pemerintah. Sehingga aktor non negara disini cukup berperan dalam mempengaruhi masyarakat untuk menyampaikan keinginan pemerintah. Aktor non negara disini bisa melalui individu yang berpengaruh ataupun organisasi.

Tabel I.1

**SOFT POWER SOURCES, REFEREES, AND RECEIVERS**

<b>Sources of Soft Power</b>	<b>Referees for Credibility or Legitimacy</b>	<b>Receivers of Soft Power</b>
Foreign policies	Governments, media, non governmental organizations (NGOs), intergovernmental (IGOs)	Foreign governments and publics organizations
Domestic values and policies	Media, NGOs, IGOs	Foreign governments and publics
High culture	Governments, NGOs, IGOs	Foreign governments and publics
Pop culture	Media, markets	Foreign Publics

(Sumber: Joseph S. Nye, Jr. t.t)

<sup>38</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

Dalam kaitan antara *hard power* dan *soft power*, dapat diaplikasikan dalam kasus *British Pop Culture* di mana kekuatan besar seperti kekuatan imperialisme Inggris pada era Perang Dunia merosot karena mengalami kekalahan dan permasalahan finansial dapat diatasi dengan *soft power*. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa menurut Nye, dalam mendapatkan apa yang kita inginkan atau negara inginkan maka terdapat dua cara yaitu dengan *hard power* atau *soft power*. Apabila menggunakan *hard power*, kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dari orang lain melalui paksaan atau bujukan. Sedangkan *soft power* melalui daya tarik. Nye menjelaskan bahwa sumber daya kekuasaan membutuhkan *hard power* dan *soft power* untuk menjalankannya.<sup>39</sup> Seperti dibutuhkannya kekuatan ekonomi dan kekuatan militer yang erat kaitannya dengan *hard power* sedangkan *soft power* yang mengedepankan daya tarik budaya serta penguasaan lembaga dan teknologi informasi untuk menyebarkan informasi yang persuasif sangat dibutuhkan suatu negara. Nye mengambil contoh Amerika Serikat yang memiliki kekuatan militer dan budaya yang mendominasi merupakan kekuatan yang besar untuk mempertahankan status negaranya. Namun apabila melihat kasus *British Pop Culture* memiliki keunikan tersendiri, dengan kondisi posisi internasional yang lemah namun tetap dianggap sebagai negara besar melalui budayanya.

#### 1.4.2 Ruang Lingkup *Soft Power*

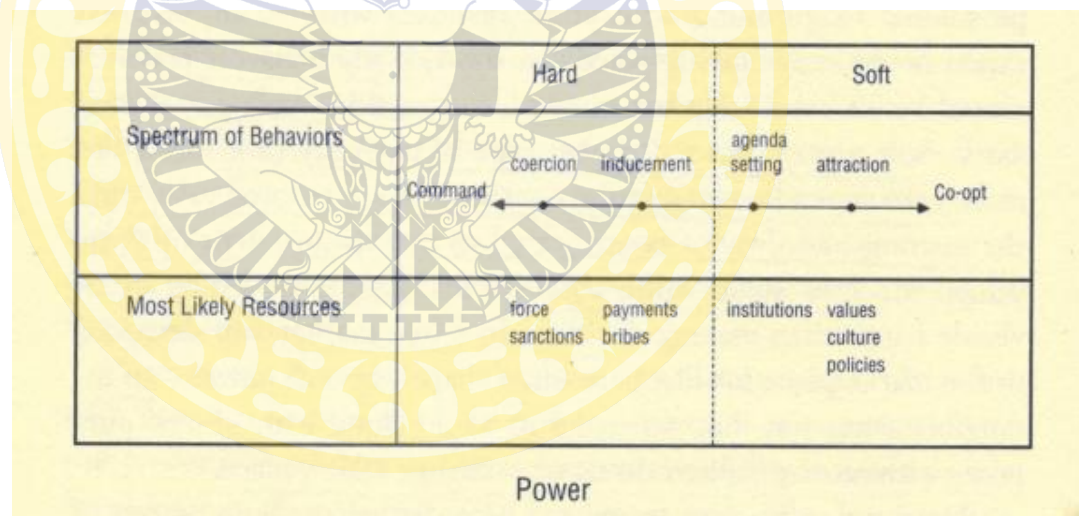
Seperti yang telah disampaikan diatas, definisi *soft power* menurut Nye merupakan kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain untuk membuat

---

<sup>39</sup> Dr. Brooke A. Smith-Windsor, *Hard Power, Soft Power Reconsidered*. Canadian Military Journal, <http://www.journal.forces.gc.ca/vo1/no3/doc/50-56-eng.pdf>, (diakses pada 22 Mei 2015). 2000.

suatu hal terjadi.<sup>40</sup> Dalam suatu negara sendiri, *soft power* terletak terutama pada tiga sumber, yaitu; budaya (biasanya terletak di tempat-tempat yang menarik perhatian bagi orang lain), nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri (dilihat dari legitimasi dan memiliki otoritas moral).<sup>41</sup> *Soft power* bukan hanya sama dengan pengaruh, namun *soft power* lebih dari sekedar persuasi atau kemampuan untuk menggerakkan orang dengan argumen.<sup>42</sup> Hal ini juga kemampuan untuk menarik atau melakukan daya tarik sehingga menghasilkan suatu persetujuannya. Sederhananya, dalam hal perilaku *soft power* adalah kekuatan menarik dan sumber daya *soft power* adalah aset yang menghasilkan daya tarik.<sup>43</sup>

Tabel I.2  
How Nye Represents “Soft Power”



(Sumber: Joseph S. Nye, Jr. t.t)

<sup>40</sup> Joseph S. Nye, Jr, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004.

<sup>41</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008, <http://www.kamudiplomasiasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>, (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12).

<sup>42</sup> Joseph S. Nye, Jr, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004, hal 6-8.

<sup>43</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs: New York. 2004: 6-8

Dalam tabel *power* yang disampaikan oleh Nye, kemampuan memerintah (*command*) berfungsi untuk mengubah apa yang orang lain lakukan dengan cara memaksa. Sedangkan *cooptive power* berfungsi untuk membentuk apa yang orang lain inginkan dengan daya tarik budaya, nilai-nilai (*values*), atau memanipulasi agenda setting politik dengan cara membuat orang lain gagal untuk mengungkapkan beberapa preferensi.<sup>44</sup> Perbedaan antara *hard power* dan *soft power* terletak bagaimana *soft power* cenderung berhubungan dengan spektrum *cooptive attraction*, sedangkan *hard power* biasanya dikaitkan dengan perilaku perintah (*command*).<sup>45</sup> Namun kedua memiliki hubungan yang kuat meskipun dianggap kurang sempurna. Namun bagaimanapun juga, *attraction* dalam *soft power* dianggap cukup kuat. Dalam politik internasional, sumber daya yang menghasilkan *soft power* yang sebagian besar muncul dari nilai-nilai (*values*) organisasi atau budaya.<sup>46</sup>

Dalam tabel *soft power* menurut Nye, pada penelitian ini berfokus pada *attraction* dan *culture*. *Attraction* dan *culture* disini diterapkan bagaimana para musisi Inggris membawa pengaruh mereka menggunakan musik yang diciptakannya sebagai suatu media. *Attraction* disini dapat diartikan sebagai suatu atraksi atau daya tarik yang digunakan oleh Inggris melalui musisi Inggris untuk membawa pengaruh ke negara lain dengan musik.

<sup>44</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs: New York. 2004: 6-8

<sup>45</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs: New York. 2004: 6-8

<sup>46</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs: New York. 2004: 6-8

### 1.4.3. *Pop Culture sebagai Soft Power*

*Pop culture* merupakan salah satu upaya untuk memfasilitasi penerapan *soft power* pada suatu negara.<sup>47</sup> *Pop culture* berfungsi sebagai perangkat pembangun untuk membantu individu dalam memandang politik. *Pop culture* juga diidentifikasi sebagai sumber daya dari *soft power*, biasanya dilakukan melalui bahasa nasional dengan jumlah besar sehingga menginspirasi orang lain untuk menyesuaikan diri. Nye juga berpendapat bahwa *pop culture* sering dijadikan sebagai sumber daya dari *soft power*, namun efektivitas setiap sumber daya power disini bergantung pada konteks.

Salah satu contoh hubungan *soft power* dengan budaya populer adalah perkembangan budaya pop Korea di Jepang di mana budaya pop Korea yang disebut dengan *Korean Wave* dianggap menjadi contoh *soft power* yang diciptakan oleh berbagai sumber media. Hal ini juga didukung oleh peran negara dalam mempromosikan *Korean Wave* yang juga didukung oleh Departemen Pariwisata dan Kebudayaan Korea.<sup>48</sup> Para pejabat Kementerian Korea juga menekankan peran *Korean Wave* dalam mengembangkan minat negara lain dalam budaya korea dan juga meningkatkan pariwisata. Tujuan ini jelas merupakan langkah penciptaan *soft power* dalam suatu negara.

<sup>47</sup> Nick Desideri, *Bubble Pop: An Analysis of Asian Pop Culture and Soft Power Potential*. Res Publica – Journal of Undergraduate Research: Vol. 18, 2013: 46.

<sup>48</sup>Dinara Koshakhmetova, *Soft Power of Korean Popular Culture in Japan: K-Pop Avid Fandom in Tokyo* [online] dalam <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=3460120&fileOId=3910984> (diakses pada 17 November 2014, 22.35). 2012.



*British pop culture* disini merupakan salah satu bentuk dari *soft power* yang dibawa oleh Inggris untuk memberikan pengaruhnya terhadap negara lain untuk mempertahankan kekuatannya di dunia internasional. Perkembangan *British Pop Culture* melalui musiknya juga dianggap sebagai upaya yang cukup berhasil dilakukan oleh Inggris, melihat Inggris dikenal sebagai negara eksportir musik terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat, dan dikenal memiliki sejarah musik yang terkenal di dunia.

Dalam kaitannya, karakter dasar budaya pop selaku industri tidak terlepas dari kreativitas. Munculnya istilah industri kreatif atau *creative industries* yang dikembangkan di Inggris merupakan salah satu bentuk dari kesadaran Inggris bahwa budaya pop mereka, seperti film, musik, dan *fashion* yang mereka memiliki kontribusi besar dalam perekonomian mereka. Konsep industri kreatif di Inggris pertama kali dibentuk pada masa pemerintahan Tony Blair pada tahun 1997 yang merupakan salah satu program dari The Departement of Culture, Media & Sport (DCMS).<sup>49</sup>

Adanya industri kreatif yang memiliki kontribusi besar pada ekonomi dari kegiatan budaya ini dianggap sebagai katalis bagi pemerintah dan kebijakan budaya. Mengingat bahwa salah satu ketidakpastian bersejarah dari kebijakan budaya untuk mengukur sejauh mana negara dapat mewakili budaya bangsa, globalisasi membuka celah baru untuk membentuk adanya kebijakan budaya dalam suatu negara yang dapat dilakukan oleh *non state actors*.<sup>50</sup> *Non state actors* disini dapat dikatakan menjembatani hubungan industri kreatif dan negara.

<sup>49</sup> Terry , Flew, *The Creative Industries: Culture and Policy*. Australia: Queensland University of technology. 2012.

<sup>50</sup> John Hartley. 2013. *Key Concepts in Creative Industries*. SAGE Publications Ltd.

Misalnya saja dalam kasus *British Pop Culture* disini, *non state actors* dilakukan oleh musisi Inggris ataupun institusi privat yang mendukung musik Inggris secara internasional.

#### 1.4.4 Peran *Non State Actors* dalam Pengembangan *Pop Culture*

Seiring berjalannya waktu, sistem internasional telah berkembang dan menciptakan hubungan antara *state actors* dan *non state actors* menjadi suatu kesatuan yang kompleks. Dalam hal ini, musisi merupakan salah satu *non state actors* dalam suatu negara. *Non state actors* adalah semua aktor yang bukan merupakan perwakilan negara namun beroperasi pada level internasional dan memiliki potensi untuk melakukan hubungan internasional.<sup>51</sup> *Non state actors* dapat didefinisikan sebagai individu atau entitas yang tidak bergerak dibawah kekuasaan yang sah negara manapun.<sup>52</sup> Sedangkan agen menurut Giddens adalah kemampuan dasar manusia dalam melakukan sebuah tindakan atau aksi dan menghasilkan sebuah aktivitas.<sup>53</sup> Sedangkan perbedaan antara *non state actors* dan agen adalah dimana peranan agen lebih fleksibel dalam menghasilkan sesuatu, sedangkan *non state actors* tidak melaksanakan aktivitas-aktivitas sosial, melainkan hanya menciptakan suatu karya untuk mengekspresikan dirinya. Sedangkan agen mereproduksi kondisi-kondisi yang memungkinkan dilakukannya aktivitas sosial.

<sup>51</sup> B. J. M., Arts, *Non-State Actors in Global Environmental Governance: New Arrangements Beyond the State*. Wageningen University. 2006: 4.

<sup>52</sup> Definisi Non State Actors dalam Dr. Waheguru Pal Singh Sidhu dalam Muhammad Febriansyah Keulana, *Keterlibatan Musisi dalam Upaya Menentang Perang Vietnam dan Perang Irak*. Universitas Airlangga: Surabaya. 2008.

<sup>53</sup> Drs. Adi Loka Sujono dalam Muhammad Febriansyah Keulana, *Keterlibatan Musisi dalam Upaya Menentang Perang Vietnam dan Perang Irak*. Universitas Airlangga: Surabaya. 2008.

Teori *soft power* dapat dioperasionalkan pada budaya pop Inggris yang disebut *British Pop Culture* atau Britpop melalui diplomasi budaya. Pengaruh dari Britpop disini dianggap sebagai *soft power* Inggris dalam melakukan diplomasi terhadap negara lain. *Soft power* disini dilakukan oleh Inggris dengan menyebarkan budaya pop Inggris melalui musisi-musisi sejak tahun 1960an hingga sekarang. Hal ini bersinggungan dengan *hard power* Inggris yang cenderung menurun pasca Perang Dunia II karena seharusnya suatu negara yang kuat memiliki *soft power* dan *hard power* yang seimbang. Hal ini tidak terjadi pada Inggris, dengan adanya *British Pop Culture* justru meningkatkan *soft power* dari Inggris itu sendiri. Meskipun mengalami pasang surut, para musisi Inggris membawa pengaruh yang cukup besar di dunia bahkan menyaingi budaya pop Amerika Serikat yang lebih dominan. Budaya pop Inggris juga dianggap sebagai salah satu bentuk perlawanan hegemoni budaya Amerika Serikat pada kala itu. Pemerintah Inggris juga memberikan sejumlah bantuan dana untuk mengembangkan para musisi-musisi Inggris agar dapat menciptakan suatu karya yang juga menguntungkan bagi negaranya melalui industri budaya kreatif. Selain itu juga, musik dijadikan pemerintah Inggris sebagai *national identity* dimana Perdana Menteri Sir John beranggapan bahwa musisi Inggris merupakan aset nasional bagi Inggris.

Kemunculan *British Pop Culture* berawal dari *British Invasion* ini sendiri terdapat musisi-musisi yang banyak membawa pengaruh terhadap masyarakat dan musisi disini dianggap sebagai *non state actors* dan agen. Beberapa musisi Inggris disini juga diberi gelar “Sir” oleh Kerajaan Inggris karena dianggap telah membawa nama baik Inggris ke dunia internasional. Berkaitan dengan pengaruh

dari musisi melalui musik yang mereka ciptakan dan seruan-seruan tentang perdamaian pada akhirnya menciptakan suatu kesadaran kolektif di dalam masyarakat. Menurut Emile Durkheim, kesadaran kolektif adalah seluruh kepercayaan dan persamaan bersama orang kebanyakan dalam sebuah masyarakat yang akhirnya akan membentuk suatu sistem yang tetap yang punya kehidupan sendiri.<sup>54</sup> Serta pernyataan dari mantan Perdana Menteri Inggris bahwa musisi Inggris juga termasuk aset nasional merupakan salah satu bentuk diplomasi budaya dari Inggris itu sendiri.

### 1.5 Hipotesis

Dari permasalahan yang diajukan oleh peneliti, maka dapat ditarik hipotesis bahwa ditengah kemerosotan relatif posisi internasional Inggris pasca Perang Dunia II, *British Pop Culture* berkembang pesat secara internasional oleh karena dua hal. Pertama, perkembangan internasional *British Pop Culture* dalam sejarah lebih banyak digerakkan oleh *sektor non state actors* yaitu para musisi dengan mengandalkan industri kreatif yang didukung oleh pemerintah. Kedua, selain dikembangkan secara privat, karakter dasar budaya pop selaku industri pada umumnya lebih banyak mengandalkan kreativitas. Oleh karena itu, keberadaan institusi-institusi maupun inisiatif yang mendorong, memfasilitasi, dan mengembangkan kreativitas dari pemerintah maupun non pemerintah lebih menentukan perkembangan daripada posisi internasional negara dalam kaitannya.

<sup>54</sup> Salman Paris, *Teori Sosiologi Klasik Emile Durkheim* dalam <http://www.scribd.com/doc/93438312/Teori-Sosiologi-Klasik-Emile-Durkheim> [online] (diakses pada 14 April 2014, 00.34)

## Metode Penelitian

### 1.6.1 Operasionalisasi dan Definisi Konsep

#### 1.6.1.1 *British Pop Invasion*

*British pop* didefinisikan sebagai salah satu genre musik rock alternatif yang berasal dari Inggris yang muncul dari musik independen Inggris pada awal 1990-an.<sup>55</sup> Atau juga didefinisikan gerakan rock alternatif Inggris dari tahun 1990an dengan ditandai kemunculan band-band yang banyak terpengaruh dari musik tahun 1960-1970an dan pada akhirnya menciptakan suatu “lagu kebangsaan” bagi generasi baru pemuda Inggris.<sup>56</sup> Gerakan Britpop ini dikembangkan sebagai suatu reaksi terhadap berbagai tren musik dan budaya pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, terutama perlawanan terhadap fenomena Grunge dari Amerika Serikat.<sup>57</sup> Salah satu contoh dari band British pop yang cukup menguasai pada pertengahan 1990an adalah Radiohead, Suede, Pulp, Blur, dan Oasis. Namun disini, penulis mendefinisikan *british pop* sebagai gabungan dari budaya pop di Inggris yang menyaingi budaya pop Amerika Serikat. budaya pop Inggris disini terdiri dari *British Invasion*, *Cool Britania* atau *British Invasion II*. Pada penelitian ini, budaya pop Inggris difokuskan pada perkembangan musik

<sup>55</sup> Anonymous, *Britpop* dalam <https://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/Britpop.html> [online] (diakses pada 30 November 2014, 18.50).

<sup>56</sup> England's Culture: Britpop, *Anglobilio all about England: Britpop* dalam <http://www.anglobilia.com/culture/britpop.html> [online] (diakses pada 3 November 2014, 22.50).

<sup>57</sup> Anonymous., *Britpop* dalam <https://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/Britpop.html> [online] (diakses pada 30 November 2014, 18.50).



Inggris yang dijadikan Inggris sebagai salah satu diplomasi budaya dari Inggris dan juga dapat menyaingi budaya Amerika Serikat yang terlebih dahulu berpengaruh di dunia.

### 1.6.1.2 *Non State Actors* dan Agen

*Non state actors* adalah semua aktor yang bukan merupakan perwakilan negara namun beroperasi pada level internasional dan memiliki potensi untuk melakukan hubungan internasional.<sup>58</sup> *Non state actors* dapat didefinisikan sebagai individu atau entitas yang tidak bergerak dibawah kekuasaan yang sah negara manapun.<sup>59</sup> Sedangkan agen menurut Giddens adalah kemampuan dasar manusia dalam melakukan sebuah tindakan atau aksi dan menghasilkan sebuah aktivitas.<sup>60</sup> Perbedaan antara *non state actors* dan agen<sup>61</sup> adalah peranan agen lebih fleksibel dalam melakukan sesuatu, dimana dalam hal ini *non state actors* tidak melaksanakan aktivitas-aktivitas sosial, namun menciptakan sesuatu untuk mengekspresikan diri. Sedangkan agen mereproduksi kondisi yang memungkinkan dilakukannya aktivitas-aktivitas sosial. Dalam hal ini musisi Inggris merupakan *non state actors* dimana selain

<sup>58</sup> B. J. M., Arts, *Non-State Actors in Global Environmental Governance: New Arrangements Beyond the State*. Wageningen University. 2006: 4.

<sup>59</sup> Definisi Non State Actors dalam Dr. Waheguru Pal Singh Sidhu dalam Muhammad Febriansyah Keulana, *Keterlibatan Musisi dalam Upaya Menentang Perang Vietnam dan Perang Irak*. Universitas Airlangga: Surabaya. 2008.

<sup>60</sup> Drs. Adi Loka Sujono dalam Muhammad Febriansyah Keulana, *Keterlibatan Musisi dalam Upaya Menentang Perang Vietnam dan Perang Irak*. Universitas Airlangga: Surabaya. 2008.

<sup>61</sup> Drs. Adi Loka Sujono dalam Muhammad Febriansyah Keulana, *Keterlibatan Musisi dalam Upaya Menentang Perang Vietnam dan Perang Irak*. Universitas Airlangga: Surabaya. 2008.

sebagai pekerja seni namun juga turut serta membantu memperkenalkan budaya Inggris ke seluruh dunia.

### 1.6.1.3 *Creative Industries*

*Creative industries* atau industri kreatif merupakan merupakan aktivitas ekonomi yang fokus terhadap generasi atau eksploitasi pengetahuan dan informasi. Namun *creative industries* juga merupakan salah satu program dari The Departement of Culture, Media & Sport (DCMS) di Inggris yang menjadi wadah bagi sektor film, musik, *fashion* maupun *game*. *Creative industries* juga merupakan salah satu aset nasional yang sedangkan dikembangkan oleh Inggris mengingat Inggris sadar bahwa musik Inggris memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian maupun masa depan Inggris di dunia internasional.

### 1.6.1.4 Ruang Lingkup *Soft Power* (*Attraction* dan *Culture*)

Secara konseptual, Nye menyatakan bahwa *soft power* dalam suatu negara diterapkan pada tiga hal: nilai-nilai politik, kebijakan luar negeri, dan budaya.<sup>62</sup> Pada penelitian ini, saya memilih budaya (*culture*) sebagai fokus. Sehingga tidak menggunakan nilai-nilai politik dan kebijakan luar negeri. Sehingga secara operasionalisasi, ruang lingkup *soft power* yang saya fokuskan pada budaya yang dilihat dari tindakan yang dilakukan para musisi Inggris yang

<sup>62</sup> Joseph S. Nye, Jr., *Public Diplomacy and Soft Power* dalam <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf> [online] (diakses pada 3 Oktober 2014, 23.12). 2008.

menciptakan musik sebagai suatu media untuk menyebarkan pengaruhnya ke negara lain.

### 1.6.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif di mana menjelaskan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan sintesis dari kerangka-kerangka teori yang dirujuk untuk menguji hipotesis.<sup>63</sup>

### 1.6.3 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini berawal dari tahun 1960 hingga 2014 dimana kala itu dikenal istilah Britpop dan mulai bermunculan budaya pop yang berasal dari Inggris. Meskipun jangkauan penelitian yang panjang, namun penelitian ini mengambil tiga tahun utama berkembangnya Britpop, yaitu tahun 1960 yang dikenal dengan *British Invasion*, 1990 yang dikenal dengan *Cool Britania* atau *British Invasion II*, dan 2012 sebagai era Adele dan One Direction yang dikenal dengan *The New British Invasion*.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa jurnal-jurnal online yang di dapat internet dan juga film dokumenter maupun video terkait *Britpop* dan *British Invasion* sebagai data primer. Pengumpulan data penelitian ini juga memanfaatkan

---

<sup>63</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press, 2006: 22.

data-data sekunder<sup>64</sup> yang meliputi komentar dan artikel-artikel yang berhubungan dengan budaya pop Inggris. Data yang digunakan dalam penelitian ini, dikumpulkan dari jurnal ilmiah online, berita, artikel online, dan dari film dokumenter terkait dengan budaya pop.

### 1.6.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan interpretasi data dan pernyataan yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dikaitkan dengan teori dan variabel yang telah dipilih oleh penulis. Teknik analisis data ini dipilih oleh peneliti karena data yang diperoleh berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka-angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau klasifikasi.<sup>65</sup> Kata-kata tersebut diperoleh dari tiga proses analisis, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.<sup>66</sup>

### 1.6.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab. Bab I membahas mengenai garis besar penelitian yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, dan metodologi penelitian. Bab II merupakan narasi perkembangan internasional *British Pop Culture* pasca Perang Dunia II,

<sup>64</sup> Blaxter et al., *How to Research*(terj.). Jakarta: Indeks, 2006: 251-252.

<sup>65</sup> Ulber Silalahi hlm. 311

<sup>66</sup> Ulber Silalahi hlm. 311

kondisi posisi internasionalnya dan tahapan-tahapan *British Pop Culture*. Bab III berisi pembahasan mengenai institusi dan inisiatif Inggris baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun *non state actors* dalam perkembangan internasional *British Pop Culture* pasca Perang Dunia II. Bab IV berisi analisis peran pemerintah dan *non state actors* dibalik perkembangan internasional *British Pop Culture* pasca Perang Dunia II. Dan dari hasil analisis pada Bab IV maka pada Bab V berisi kesimpulan dan pembuktian hipotesis

