**PERANAN *KPOP IDOL* BTS (BANGTAN BOYS)**

**DALAM PROGRAM *GENERATION UNLIMITED***

**Oleh: Ridha Ananda**

Email: ririananda.96@gmail.com

**Pembimbingr: Irwan Iskandar, S.IP, MA**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

***Abstract***

*This study aims to explain how the role of K-Pop idol BTS in the Generation Unlimited program. The UN in particular UNICEF is collaborating with a Korean music group that is at the peak of its fame namely BTS in the Generation Unlimited program. A program that focuses on supporting youth in building self-confidence, nonviolent advocacy, education, training and support to overcome the problems of the youth phase. This study raises the problem of the role of BTS in the continuation of Generation Unlimited.*

*This research method was obtained from books, journals, and websites that support the hypothesis. In this paper, the author uses Constructivism perspective with soft diplomacy. The author uses the level of group analysis as an actor in international relations. This research uses qualitative research methods.*

*The results of this study include BTS participating in the UNICEF program before Generation Unlimted, BTS Speeches at the 2018 annual UN general assembly in New York, BTS Album titled 'Love Myself', BTS campaign titled 'Love Myself' and distribution of BTS funds for various school in the world.*

*Keywords:* ***Role, UNICEF, K-Pop Idol, BTS Generation Unlimited, campaign, teenagers.***

**Pendahuluan**

Gelombang *hallyu* (Korean Pop *Culture*) merupakan salah satu bentuk nyata dari produk globalisasi, yang berhasil membuktikan instrumen sosio-*culture* suatu negara bisa mengangkat eksistensi Korea Selatan di dunia internasional, menjadi roda perekonomian utama pemerintah Korea Selatan, mengentaskan lebih dari 1 juta kemiskinan di Korea Selatan per tahunnya, hingga memberikan dampak luar biasa kuat di seluruh dunia[[1]](#footnote-1). *Korean PopCulture* mencakup budaya-budaya Korea kontemporer, seperti musik, film, dan industri televisi. Di dalam penyebaran pengaruh *Korean Pop Culture* di dunia itu pula secara lebih jauh diperkenalkan kebudayaan-kebudayaan lain Korea seperti: kuliner, teknologi bedah plastik, tempat-tempat wisata, industri kosmetik, dan sebagainya.

Sidang Umum PBB ke-37 di California, pada tanggal 24 September 2018, satu kelompok musik Korea, Bangtan Sonyeondan *(방탄소년단)* atau Bangtan Boys (BTS) diundang untuk datang sebagai pembicara pada sidang tersebut[[2]](#footnote-2). Sidang Umum PBB itu sendiri merupakan suatu sidang formil yang selama ini hanya dihadiri aktor negara atau utusan diplomatik yaitu: Kepala Negara, Presiden, Perdana Menteri, Menteri-Menteri Luar Negeri, dan Diplomat-Diplomat. Sidang Umum PBB ke-37 di California, pada tanggal 24 September 2018 telah mengukir sejarah dunia internasional, sebagai kali pertama PBB mengundang aktor non-negara bahkan sebagai pembicara didalam sidang formil tersebut.

Kehadiran BTS dalam sidang internasional PBB tersebut ternyata terkait dengan diluncurkannya rancangan program baru PBB yaitu *Generation Unlimited* yang sasaran programnya adalah para pemuda di seluruh dunia. *Generation Unlimited*menjadi pendekatan inovatif PBB dalam memperluas dukungan mereka terhadap nasib anak-anak muda ketika mereka bertransisi dari masa remaja ke dewasa.

Pidato singkat yang disampaikan oleh BTS juga menjelaskan bahwa program *Generation Unlimited* akan menaruh perhatian khusus terkait: pembangunan kepercayaan pemuda; meng-advokasi nir kekerasan terhadap pemuda; bantuan mengatasi kesulitan-kesulitan fase remaja; penanganan krisis pendidikan; pelatihan; kesehatan, dan; lapangan pekerjaan bagi pemuda. Selain pidato, program *Generation Unlimited*juga menekankan tema *“Love Your Self”* sebagai petisi bagi anak-anak muda[[3]](#footnote-3).Program ini terutama berfokus kepada usia 10 – 18 tahun. BTS menyampaikan komitmennya untuk bertanggung jawab dan berperan dalam masa depan anak-anak muda lainnya diseluruh dunia.

Kehadiran BTS dalam Sidang Majelis Umum PBB oleh sebab itu adalah yang paling ideal untuk merepresentasikan secara simbolis para pemuda yang ada di seluruh dunia[[4]](#footnote-4), sebagai pemuda-pemuda yang dinobatkan sebagai pemuda paling berpengaruh didunia saat ini. Forum besar tersebut juga dihadiri diantaranya oleh Sekretariat Jenderal PBB Antonio Guterres, Presiden Rwanda Paul Kagame, Presiden Kelompok Bank Dunia Jim Yong Kim, Perwakilan Tinggi Uni Eropa untuk Urusan Luar Negeri dan Kebijakan Keamanan Uni Eropa yaitu Ms Federica Mogherini, Direktur Eksekutur UNICEF Henrietta Fore, Utusan Sekretaris Jenderal PBB untuk Pemuda Jayathma Wickramanayake, CEO Unilever Paul Polman, Duta Besar UNICEF Lili Singh[[5]](#footnote-5).Sidang Umum PBB ke-73 yang berlangsung di Markas PBB di New York tersebut menjadi saat bersejarah bagi dunia K-pop.

**Kerangka Teori**

**Perspektif Konstruktivisme** Secara umum konstruktivisme mempunyai asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk individual yang dikonstruksikan melalui realitas sosial. Konstruksi atas manusia akan melahirkan paham intersubyektivitas. Hanya dalam proses interaksi sosial, manusia akan saling memahaminya. Dalam melihat hubungan antar sesama individu, nilai-nilai relasi tersebut bukanlah diberikan oleh salah satu pihak, melainkan kesepakatan untuk berinteraksi itu diciptakan di atas kesepakatan antar kedua belah pihak. Dalam proses ini, faktor identitas individu sangat penting dalam menjelaskan kepentingannya. Interaksi sosial antar individu akan menciptakan lingkungan atau realitas sosial yang diinginkan. Dengan kata lain, sesungguhnya realitas sosial merupakan hasil konstruksi atau bentukan dari proses interaksi tersebut. Ada beberapa ahli dalam konstruktivisme ini salah satunya adalah Alexander Wendt.Dalam teorinya mencoba menggambarkan banyak interaksionis simbolik dan sosiologi strukturasionis[[6]](#footnote-6). Dia sepakat bahwa struktur-struktur material itu penting akan tetapi hanya melalui ide-ide mereka mendapatkan makna sosial. menurut Wendt, eksistensi realitas konstruktivisme selalu bersifat subyektif tidak hanya pada konteks  materi melainkan juga dunia sosial. Dalam pandangannya, struktur bukan bagian eksis dari proses. Menurutnya “*self-help* dan politik-politik kekuasaan tidak mengikuti baik secara logis atau secara kausal dari anarki dan bahwa hari ini kita menemukan diri kita dalam suatu dunia yang *self-help*, itu semua dikarenakan proses bukan struktur”[[7]](#footnote-7). Menurut Wendt, orang berinteraksi dalam sistem hubungan internasional idealnya berdasarkan pada keyakinan terhadap nilai teori *state-centric structural*. Hubungan internasional dapat terjadi jika sebelumnya telah dikondisikan konstruksi secara sosial dengan mengabaikan dan menafikan fakta-fakta transhistoris seperti yang selalu dianut oleh paham realisme dan neorealisme selama ini. Sistem internasional dapat saja dibangun dalam bentuk yang anarkis dan mementingkan diri sendiri, namun konstruktivisme sangat menolak gagasan (neo)realisme jika penyelamatan diri sendiri (*self-help*) adalah satu-satunya cara yang harus ditempuh dalam mengakhiri konflik politik internasional.

**Level Analisa Kelompok** Studi Ilmu Hubungan Internasional mengenal beberapa level analisis; yaitu negara bangsa *(nation state)* yang membahas tentang perilaku *decion maker*dimanapun akan berperilaku sama apabila menghadapi situasi yang sama, dengan negara sebagai satu-satunya subyek internasional[[8]](#footnote-8). Sejak era globalisasi, aktor-aktor kelompok mulai mendapat pengakuan akan pentingnya dalam membantu pemahaman mengenai sistem internasional dan perilakunya. Interaksi dalam peran aktor kelompok terus mengalami peningkatan, terutama seiring dengan perkembangan isu-isu transnasional baru seperti AIDS, lingkungan hidup, gerakan wanita, HAM, hingga pemberdayaan remaja[[9]](#footnote-9). Oleh sebab itu, level analisa kelompok paling cocok untuk membahas subyek penelitian didalam penelitian ini, yaitu berupa peranan aktor non-negara yaitu grup bintang musik pop Idola remaja, Bangtan Boys didalam sidang Majelis Umum PBB 2018.

**Konsep Organisasi Internasional** Organisasi internasional adalah suatu strukutur formal dan berkelanjutan yang dibentu atas kesepakatan antara anggota-anggota (pemerintah dan non-pemerintah) dari dua atau lebih negara negara berdaulat dengan tujuan untuk mengejar kepentingan bersama para anggotanya.Organisasi internasional itu merupakan suatu lembaga yang memiliki serangkaian aturan, jadwal, anggota, dan tempat.Dalam peranannya organisasi internasional tidak hanya bergerak dalam menjaga perdamaian saja tetapi organisasi internasional juga bergerak dalam hal yang bersifat sosial.

Menurut Daniel S. Cheever & H. Field Haviland Jr, organisasi internasional adalah pengaturan bentuk kerjasama internasional yang melembaga antara negara-negara, umumnya berlandaskan suatu persetujuan dasar untuk melaksanakan fungsi-fungsi yang memberi manfaat timbal balik melalui pertemuan-pertemuan serta kegiatan-kegiatan staf secara berkala.[[10]](#footnote-10)

Menurut Clive Archer peranan organisasi internasional adalah sebagai berikut[[11]](#footnote-11):

1. Sebagai Instrumen (Alat atau sarana), organisasi internasional digunakan oleh negara-negara anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan tujuan politik luar negerinya.
2. Sebagai Arena (Forum atau wadah), organisasi internasional merupakan tempat bertemu bagi anggota-anggotanya untuk membicarakan dan membahas masalah-masalah yang dihadapi. Tidak jarang organisasi internasional digunakan oleh beberapa negara untuk mengangkat masalah dalam negerinya, ataupun masalah dalam negeri negara lain dengan tujuan untuk mendapat perhatian internasioal.
3. Sebagai Aktor Independen, organisasi dapat membuat keputusankeputusan sendiri tanpa dipengaruhi oleh kekuasaan atau paksaan dari luar organisasi.

**Gambaran Industri Umum K-Pop dan Pengaruhnya di Dunia.**

*Hallyu* merupakan istilah yang dipopulerkan media China untuk merujuk pada budaya pop dan hiburan Korea, meliputi film, drama seri, musik, dan fashion yang berhasil mempengaruhi negara-negara lain.Budaya pop Korea Selatan yang disebut sebagai *Hallyu* dalam bahasa Korea merujuk pada gelombang di dalam pandangan internasional pada kebudayaan Korea Selatan menjadi ekspor sukses untuk Korea selatan. Fenomean Hallyu juga disebut sebagai *Korean wave.*

Pada akhir 1960an musik pop Korea mengalami transformasi lain. Banyak musisi yang berasal dari kalangan mahasiswa dan lulusannya yang sangat dipengaruhi oleh budaya dan gaya hidup Amerika, termasuk gerakan hippie. Tidak seperti pendahulunya yang dipengaruhi oleh perang dan penindasan Jepang, mereka membuat musik yang lebih ringan.Demokrasi memang telah jadi pengorbanan terbesar untuk keberhasilan ekonomi Korea Selatan ini.Pada 1989, setahun setelah kejatuhan rezim militer, SM Studio dibangun seorang mantan penyanyi folk dan rock bernama Lee Soo Man. Dapur rekaman inilah cikal bakal SM Entertainment, satu korporasi yang bakal menciptakan K-pop.[[12]](#footnote-12)

Di akhir dekade 90an, Korea mengekspor drama serinya ke beberapa negara Asia.Pada tahun 1997, China menayangkan salah satu drama Korea *“What is Love?”* yang sukses meraih rating 15%.Angka ini termasuk besar bagi tayangan asing. Laporan yang dirilis KOCIS, ekspor drama Korea mengalami lonjakan drastis dari tahun 1999 yang hanya 12,7 juta dolar, ditahun 2002 menjadi 37,5 juta dolar. Hallyu juga menjadi istilah yang populer semenjak drama korea “Winter Sonata” menuai sukses di jaringan TV Jepang NHK.

Musisi pop Korea medio 90an menggabungkan sebagian gaya musik pop Eropa dan sebagian besar Amerika seperti rap, rock, jazz, electronica dan techno dalam musik mereka.Pada 1992, sebuah grup beranggota tiga pria Seo Taiji and Boys mementaskan sebuah lagu rap di kompetisi bakat TV Korea. Meski berada di peringkat terakhir, penampilan mereka begitu menghibur penonton.Sejarawan musik Korea umumnya menyebut penampilan ini sebagai awal dari K-pop.Salah satu anggota Seo Taiji and Boys itu adalah Yang Hyun-suk, yang kemudian jadi pendiri YG Entertainment, pesaing SM nantinya.

Tahun 2012, industri musik mendapat popularitas tinggi di berbagai negara dan mulai menjadi bisnis yang menjanjikan.Tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap musik populer Korea membuat K-pop sebagai salah satu konten kebudayaan *Hallyu* selalu ada pada setiap penyelenggaraan festival kebudayaan Korea Selatan.Salah satunya adalah festival musik tahunan *Hallyu Dream Festival*.[[13]](#footnote-13)

Salah satu konten budaya *Hallyu* yang tumbuh lebih cepat dari yang lain pada abad ke-21 adalah K-Pop atau musik pop Korea, yang meliputi tari-pop, balada pop, techno, rock, hip-hop, R & B, dan sebagainya. Pertama mendapatkan populeritas di Asia Timur, K-Pop memasuki pasar musik Jepang terhadap pergantian abad ke-21, dan tumbuh dari genre musik menjadi subkultur kalangan remaja dan dewasa muda dari Asia Timur dan Tenggara. Saat ini, penyebaran K-Pop ke daerah lain di dunia, melalui Hallyu, terlihat di beberapa bagian Amerika Latin, Timur Laut India, Afrika Utara, Timur Tengah, Eropa Timur dan kantong-kantong imigran dari dunia Barat.

Jika ditarik kebelakang, munculnya dan keberhasilan K-Pop tidak luput dari dukungan dan kebijakan pemerintah.Pada tahun 1980 pemerintahan Chun Do Hwan waktu itu melakukan kontrol yang ketat terhadap jaringan televisi, seperti *MBC* dan *KBS*.Korea bahkan melakukan sensor ketat dan larangan terhadap semua hal yang terkait dengan Jepang, termasuk kebudayaan Jepang.Sikap ini bagian dari sentimen masa lalu karena Jepang dianggap sebagai bangsa penjajah.Seperti diketahui pada penjelasan sebelumnya, Jepang sempat menduduki Korea cukup lama sampai berakhirnya Perang Dunia II.Selain itu Korea juga menjadi bangsa yang isolatif terhadap kebudayaan asing.Misalnya saja distribusi film Hollywood hanya bisa dilakukan melalui perusahaan pemerintah Korea, tidak bisa melakukan distribusi secara langsung dari Hollywood.

Baru setelah tahun 1987, ketika Roh Tae Woo terpilih sebagai presiden melalui pamilu, kebijakan pemerintah mulai berubah.Korea membuka pasarnya bagi asing, sehingga kebudayaan asing pun bisa masuk secara bebas.Berlangsung liberalisasi media dan industri hiburan.Catatan yang penting menandai kemunculan Hallyu adalah dibukanya kran masuknya budaya Jepang ke Korea pada tahun 1998.Awalnya orang Korea meniru dan terpengaruh kebudayaan Jepang yang populer sebagai *Harajuku*.Namun lambat laun mereka mulai mengadaptasi dan melakukan penyesuaian sehingga melahirkan bentuk baru yang sekarang disebut sebagai K-Pop. Segera setelah K-Pop menemukan bentuknya dan mendapat tempat dimasyarakat Cina daratan, seperti Cina, Taiwan dan Hongkong kemudian menyebar keseluruh kawasan Asia lainnya.

Pada tahun 2018, pasar musik Korea Selatan mengalami peningkatan pendapatan 17,9%, dan digambarkan sebagai "bergeser dari 'potential’ ke '*power player*'." Negara ini juga menempati peringkat No. 6 di antara 10 pasar musik teratas di seluruh dunia .Sementara pendapatan untuk penjualan fisik turun 10,1% di seluruh dunia, negara-negara seperti Korea, Jepang dan India sebenarnya melihat ini sebagai peningkatan pertumbuhan. Bahkan, Asia menjadi wilayah terbesar kedua untuk "musik fisik dan digital yang digabungkan untuk pertama kalinya."[[14]](#footnote-14)

*Boyband*  Korea *BTS* - *"Bangtan Sonyeondan"* dalam bahasa Korea atau "*Beyond the Scene*" dalam bahasa Inggris yang terdiri dari 7 anggota yaitu RM, V, Jimin, Jin, Suga, J-Hope dan Jungkook, telah menjadi sensasi internasional yang belum pernah terjadi sebelumnya sejak debut mereka pada tahun 2013. Popularitas mereka telah menyebar dari Korea Selatan di seluruh dunia. BTS sampai saat ini merupakan manifestasi paling sukses dari fenomena Hallyu dari ekspor budaya pop Korea seperti seperti K-pop (musik populer Korea), *soap operas* dan film.Popularitas internasional BTS, dan Hallyu secaraumum, adalah contoh dari penyebaran "*soft power*" Korea melalui pesan yang berpengaruh terhadap lintas batas budaya.[[15]](#footnote-15)

Selama dua tahun terakhir, BTS menerima penghargaan *sebagai Top Social Artist* di *Billboard Music Awards*, mematahkan rekor Justin Bieber karena menang setiap tahun sejak diperkenalkannya penghargaan pada 2011.Mei lalu, mereka membuat sejarah sebagai grup K-pop pertama ke atas. grafik *US* Billboard *200* dengan debut album baru mereka, Love Yourself: Tear.[[16]](#footnote-16)Keberhasilan BTS yang besar dan internasional menyoroti bagaimana K-pop telah menjangkau jutaan penggemar Amerika Utara dari luar negeri dan ditambah mereka beberapa kali sudah tampil di *The Ellen Show.*

***BTS di The Ellen Show pada Tahun 2017***

******

*Sumber : billboard.com*

BTS muncul dua kali dalam *Guinness World Records* edisi 2019. Grup ini memiliki catatan untuk keterlibatan *Twitter* paling banyak, dengan masing-masing *tweet* mereka memiliki rata-rata 330.624 *retweet*, balasan, suka, atau interaksi lainnya. Pada bulan Agustus 2018, lagu mereka yang terbaru *'Idol'* juga menetapkan rekor untuk video musik *online* paling banyak dilihat dalam 24 jam pertama, dengan lebih dari 45 juta tampilan. Ini mengalahkan rekor Taylor Swift, yang ia atur hampir tepat satu tahun sebelumnya, ketika lagunya *'Look What You Made Me Do'* mendapat 43,2 juta tampilan.[[17]](#footnote-17)

**Program Generation Unlimited**

Generasi muda terbesar dalam sejarah tidak memiliki keterampilan dan peluang yang dibutuhkan untuk bekerjadi masa depan. Pada tren saat ini, pada tahun 2030, lebih dari setengah dari semua anak muda tidak akan siap untuk keterampilan yang dibutuhkan untuk pekerjaan di masa depan, dan menurut survei generasi muda baru-baru ini oleh *Global Business Coalition for Education*, 39% dari anak-anak muda mengklaim sekolah tidak memberikan keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja.[[18]](#footnote-18)

Kaum muda sekarang ini hidup di dunia dengan potensi yang tidak terbatas. Duniakonektivitas massa, peningkatan mobilitas dan kemajuan teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dunia di mana lebih banyak anak bertahan hidup dan menerima pendidikan daripada sebelumnya.Dengan pendidikan, keterampilan, dan peluang yang relevan dengan kehidupan dan pekerjaan mereka di masa depan, lebih dari 1,8 miliar perempuan muda dan laki-laki akan siap untuk memanfaatkan potensi mereka sebaik mungkin dan berkontribusi pada perdamaian dan kesejahteraan keluarga dan masyarakat mereka.

*Generation Unlimited* adalah kerjasama yang barudidirikan untuk membantu mereka sukses.Sasaran *Generation Unlimited*adalah memastikan semua anak muda berusia 10 - 24 tahun dalam beberapa bentuksekolah, pembelajaran, pelatihan atau pekerjaanpada tahun 2030.*Generation Unlimited*menyatukan publik dan mitra pribadi dan kaum mudauntuk mengidentifikasi dan skala solusi, buka peluang investasi, dan memberdayakan semua anak mudauntuk memainkan peran positif dalam lingkungan mereka. Mengeluarkan suara-suara anak muda, menciptakansinergi antara aktor global utama danmempercepat momentum menuju pencapaianTujuan Pembangunan Berkelanjutan.[[19]](#footnote-19)

*Generation Unlimited and the Global Business Coalition for Education* bekerja sama untuk menjadi tuan rumah acara selama Sesi ke-74 Majelis Umum PBB. Konsep Baru Pendidikan: Mempersiapkan Generasi Selanjutnya dengan Keterampilan untuk Masa Depan. Acara ini menyatukan sekelompok 150 pemimpin global yang beraneka ragam, tingkat tinggi dari komunitas bisnis, pemerintah, PBB, dan masyarakat sipil - bersama kaum muda untuk mendapatkan kemitraan baru, solusi inovatif, dan investasi baru.Roberto Benes yang telah bekerja untuk UNICEF selama lebih dari 20 tahun dan saat ini dia adalah Direktur di *Generation Unlimited*.

*SAP* dan *UNICEF* mengumumkan kemitraan global baru sebagai bagian dari komitmen *GenU* mereka, untuk menyediakan pendidikan berkualitas, keterampilan hidup dan pelatihan keterampilan kerja bagi kaum muda di masyarakat yang kurang beruntung, mempersiapkan mereka untuk pekerjaan yang layak dan kewarganegaraan aktif. Kerjasama selama tiga tahun itu akan menyatukan bisnis, pemerintah dan organisasi non-pemerintah untuk membangun model pendidikan berkelanjutan. Kerjasama ini akan fokus pada inisiatif tenaga kerja untuk membantu kaum muda berkembang, dan menyediakan organisasi dengan tenaga kerja yang disiapkan.[[20]](#footnote-20)

GenU berfokus pada transisi dari pendidikan dan pelatihan ke pekerjaan dan kewirausahaan, sepertiserta melibatkan lebih banyak orang muda di komunitas mereka. Secara khusus, tujuh prioritas strategis muncul sebagaibidang-bidang yang membutuhkan upaya multi-sektor:

1. Promosikan pengalaman sekolah formal yang membangun keterampilan yang dibutuhkan kaum muda untuk kehidupan yang produktif dan masa depankerja
2. Memberi kaum muda di luar sekolah formal peluang untuk pelatihan, pengembangan keterampilan, danpendidikan tambahan
3. Tingkatkan koneksi antara kaum muda dan peluang kerja yang ada
4. Tingkatkan jumlah peluang kerja berkualitas yang tersedia bagi kaum muda
5. Menumbuhkan kewirausahaan sebagai pola pikir dan mata pencaharian
6. Promosikan akses yang setara ke pendidikan berkualitas, pelatihan, pekerjaan, dan kewirausahaan
7. Lengkapi kaum muda sebagai pemecah masalah dan anggota masyarakat sipil yang terlibat, membantu menciptakan yang lebih baik.

*GenU* dirancang untuk memanfaatkan kemampuan dan aset sektor swasta, serta perspektif dan bakat inovatif kaum muda. Secara khusus*, GenU* akan melakukan upaya bersama untuk melibatkan kaum muda yang paling terpinggirkan, dengan mengakui kebutuhan mereka yang beragam.Diciptakannya*Generation Unlimited* pada September 2018 bertujuan untuk mengatasi kesenjangan khusus ini. Sebagai kemitraan multisektor dengan dukungan tingkat tinggi dari lebih dari 40 kepala negara, lembaga internasional, perusahaan sektor swasta, pemimpin muda, organisasi masyarakat sipil, strategi baru *Generation Unlimited* telah dirancang sesuai untuk meningkatkan yang terbaik yang dibawa oleh para pelaku ke kemitraan untuk menyediakan katalis yang sangat dibutuhkan untuk gerakan untuk hasil kaum muda, di mana-mana.

Pada saat peluncuran program *Generation Unlimited*, BTS datang ke sidang PBB sebagai tamu undangan yang memberikan pidato mengenai kaum muda. Banyak orang di dunia yang mulai bertanya-tanya mengapa BTS diundang dalam sidang yang besar tersebut. Mediapun memberikan kesan yang salah kepada banyak orang bahwa UNICEF mengundang BTS karena mereka adalah K-Pop, bukan karena kerja kemanusiaan dan ideologi mereka. Ini adalah beberapa alasan mengapa BTS layak menjadi bagian dari peluncuran program ini : 1. Kampanye *Love Yourself.* 2. Donasi. 3. Kesuksesan kampanye. 4. Penggemar BTS di seluruh dunia.

**Keterlibatan BTS Dalam Program Generation Unlimited**

Grup asuhan Big Hit Entertainment ini diketahui telah dua tahun terlibat bersama dengan UNICEF untuk melakukan kampanye "Love Myself". Menurut badan dunia untuk urusan anak-anak tersebut, BTS dipilih karena memiliki kesamaan maksud dengan kampanye yang dilakukan oleh UNICEF, *Generation Unlimited*. Kampanye tersebut dibuat untuk meningkatkan kesempatan dan pemberdayaan anak-anak dan anak muda.Kampanye Love Myself dari BTS, yang menyatakan bahwa semua potensi manusia berasal dari mencintai dan menghargai diri sendiri, dan agenda *Generation Unlimited* dari UNICEF, yang bertujuan membuka potensi tak terbatas dari anak muda, keduanya memiliki tujuan yang sama

Pada November 2017 lalu mereka diminta lembaga yang kesejahteraan anak-anak dunia itu melakukan aksi kampanye demi mengakhiri kekerasan terhadap kaum muda. Memperingati kampanye ini yang telah dilakukan selama dua tahun, UNICEF Korea menandainya dengan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah ambil bagian dalam langkah nyata ini. Mereka juga akan mengadakan aksi solidaritas bertajuk "Love Myself 2nd Anniversary Festa" selama konser BTS.

Boyband asal Korea Selatan, **BTS**, mendapat kehormatan untuk berpidato dalam sidang umum PBB di New York, pada tanggal 24 September 2019 di Amerika Serikat. Dalam pidato berdurasi tiga menit itu, ketujuh personel BTS mengajak pemuda dan pemudi sedunia untuk mengikuti suara hati dan melihat diri dengan kacamata diri sendiri. Hal tersebut disampaikan oleh RM (Kim Nam Joon), yang berbicara mewakili enam personel lain. Pidato tersebut diawali dengan cerita yang mengarah bahwa sebagai manusia harus mendengar suara hatinya. BTS juga menyampaikan pandangan mereka tentang isu generasi muda di seluruh dunia terutama tentang keterlibatan anak muda dalam solusi atas berbagai masalah sosial dan ekonomi. BTS juga membantu mengampanyekan program UNICEF yang bertajuk "*Generation Unlimited*". Kampanye ini mengangkat isu-isu yang dihadapi generasi muda di seluruh dunia dan bagaimana cara untuk mengatasinya.

Program tersebut akan meningkatkan akses pendidikan, pelatihan, atau lapangan kerja bagi generasi muda pada 2030. Langkah ini dinilai penting karena populasi dunia terus bertambah dan jika tidak ditangani dengan komprehensif maka akan berpengaruh terhadap perkembangan dunia di masa depan. UNICEF memperkirakan populasi remaja dan anak-anak muda secara global akan mencapai 2 miliar orang pada 2030. Adapun Sekretaris Jenderal PBB Antonio Guterres menyampaikan masa depan dunia berada di tangan generasi muda sekarang. Pertumbuhan yang berkelanjutan, Hak Asasi Manusia (HAM), perdamaian dan keamanan hanya bisa dicapai jika kita mendukung anak-anak muda sebagai pemimpin dan memfasilitasi mereka untuk mengeluarkan seluruh potensinya.

Dalam sidang umum PBB tersebut, BTS menyampaikan pesan mendesak anak-anak muda di seluruh dunia untuk bergabung dalam usaha memerangi diskriminasi dan kemiskinan di dunia.Tiga tahun lalu, 193 negara anggota PBB setuju dengan 17 rencana global untuk mengurangi kemiskinan, ketimpangan sosial dan masalah internasional lainya dengan target hal tersebut dicapai di tahun 2030. Anak-anak muda merupakan 25 persen dari penduduk dunia sekarang ini namun 100 persen dari masa depan.

BTS mempresentasikan kampanye *Generation Unlimited*, program kerjasama terbaru dengan UNICEF. Program tersebut merupakan kolaborasi antara United Nations Children’s Fund (UNICEF) dengan sejumlah partner yang fokus menggalang serta meningkatkan investasi dalam mengembangkan peluang dan kesempatan untuk anak-anak hingga remaja, mulai dari usia 10 hingga 24 tahun. Tujuan dan konsentrasi utamanya adalah menyediakan bimbingan sekaligus konsultasi pada anak-anak yang memasuki masa transisi menuju dunia remaja. Sejumlah tokoh diplomat penting, seperti Sekretaris Jenderal PBB, Antonio, Guterres, Direktur Eksekutif UNICEF, Henrietta Fore, dan Ibu Negara Korea Selatan, Kim Jung Sook menghadiri sidang umum tersebut. [[21]](#footnote-21)

 Love Yourself: Tear menjadi album Korea pertama yang masuk ke dalam nominasi Grammy Awards, kategori Paket Rekaman Terbaik. Namun sayangnya mereka masih belum bisa memenangkan kategori tersebut. Album BTS yang satu ini menyita banyak perhatian public hingga album ini menjadi album BTS yang paling lama bertengger di chart music Korea hingga berminggu-minggu. Tak hanya di Korea, album Love Yourself: Tear ini juga merajai tangga lagu di berbagai negara, seperti Jepang, Amerika Serikat, China, Brazil, Indonesia dan beberapa Negara lainnya. Sebagian besar lirik lagu dalam album ini menggunakan bahasa Korea. Hal ini menjadikan album Love Yourself menjadi album pertama berbahasa asing yang dapat memuncaki Billboard 200 dalam kurun waktu 12 tahun.[[22]](#footnote-22)

Lagu-lagu dalam album terbaru ini memiliki banyak makna yang dapat dikuak. Lagu mereka bercerita tentang pengalaman tour dunia mereka, adaptasi dari sequel cerita serta dedikasi untuk orang-orang yang mendukung mereka. Love Yourself/Love Myself menjadi salah satu masalah yang dikampanyekan oleh BTS. Hal ini karena masih banyaknya orang yang belum mencintai diri mereka sendiri. Self-harm, bunuh diri dan masalah lain menjadikan BTS mengkampanyekan slogan Love Yourself/Love Myself ini. Kampanye mereka takterhenti dalam album yang mereka produksi saja, mereka bahkan diundang oleh UN (United Nations/PBB) untuk berpidato dalam siding Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) yang diadakan pada tanggal 24 September 2018. Album Love Yourself: Tear ini menjadi salah satu bagian dari kampanye Love Myself. Dimana kampanye ini erat kaitannya dengan pesan moral yang ingin mereka sampaikan. Hal ini didasarkan pada fenomena yang akhir-akhir ini marak dibicarakan yaitu tentang self-harmatau menyakiti diri sendiri. Tak hanya self-harm, belakangan ini bahkan banyak ditemukan kasus bunuh diri.

BTS bersama The United Nations Children's Fund (UNICEF) merilis video kampanye "LOVE MYSELF" di YouTube ibighit dalam rangka merayakan Hari Persahabatan Sedunia pada 30 Juli 2019. Kampanye ini relevan dengan seri album 'LOVE YOURSELF' yang mereka rilis dalam kurun waktu September 2017 hingga Agustus 2018. Seri pertama yakni "Love Yourself: Her" dirilis pada 18 September 2018. Seri keduanya "Love Yourself: Tear" dirilis pada 18 Mei 2018. Dan seri terakhir yakni "Love Yourself: Answer" dirilis pada 24 Agustus 2018.Video berdurasi 2 menit 29 detik tersebut menunjukkan rasa sakit para remaja yang menerima kekerasan dan pelecehan.[[23]](#footnote-23) Video menunjukkan bagaimana rasa sakit itu dapat disembuhkan melalui musik, persahabatan, dan kebaikan.

BTS mendonasikan 100 juta won untuk para murid dari kelas berpendapatan rendah di Busan. Dinas Pendidikan Kota Metropolitan Busan mengatakan bahwa BTS mendonasikan 100 juta won untuk dana bantuan pendidikan pada tanggal 7 Mei 2019. Donasi tersebut digunakan untuk mendukung para murid dari keluarga berpendapatan rendah di 16 sekolah Busan seperti Busan High School of Arts, Geumsa Primary School, Geumkok Middle School, Gamcheon Middle School, dan Busan Girl's Commercial High School.[[24]](#footnote-24)

Bersama dengan musik, BTS juga melakukan berbagai kampanye amal global. Pada bulan November 2017, grup ini menandatangani perjanjian kerja sama dengan Komite UNICEF Korea selama dua tahun. Dengan demikian, mereka berjanji untuk mendukung kampanye UNICEF dalam memberantas kekerasan terhadap anak-anak dan remaja di seluruh dunia. Berdasarkan perjanjian itu, BTS dan Big Hit Entertainment membangun penggalangan dana Love Myself dan mendonasikan 500 juta won kepada Komite UNICEF Korea. Lalu, grup tersebut pun telah mengumpulkan ratusan juta won dari 3% penjualan album fisik serial album "LOVE YOURSELF", keuntungan dari penjualan cendera mata resmi kampanye, dan donasi publik.

Pada bulan September 2019, BTS juga membuat donasi 100 juta won (setara 1,1 miliar rupiah). Dilansir dari Korean Times, donasi ini diberikan untuk seorang siswa yang memiliki gangguan pendengaran. BTS memberikan donasi ini melalui Seoul Samsung School untuk membantu generasi muda mendapat pendidikan musik yang lebih baik. Seoul Samsung Music School adalah lembaga pendidikan untuk siswa dengan gangguan pendengaran. Hingga saat ini memiliki 120 siswa yang terdaftar, mulai TK sampai SMA.

**Kesimpulan**

Era globalisasi saat ini membuat budaya luar atau asing dengan mudah tersebar luas dimanapun. Globalisasi merupakan suatu proses dari gagasan yang dimunculkan kemudian ditawarkan untuk diikuti oleh bangsa lain yang akhirnya sampai pada titik kesepakatan bersama menjadi pedoman bersama bagi bangsa-bangsa seluruh dunia. *Trend* budaya Korea Selatan atau *Korean Wave*akhir-akhir ini sedang banyak digemari oleh masyarakat dunia, tidak hanya asia namun juga mancanegara. Budaya Korea yang menjadi *trend* saat ini berupa film, drama televisi, gaya berpakaian, dan yang sangat terkenal adalah musiknya yang dikenal dengan K-Pop.

Saat ini K-Pop bukan lagi sebuah genre musik yang hanya didengarkan oleh kalangan-kalangan tertentu saja, tetapi sudah semua kalangan dan bahkan lagu-lagu Korea dapat kita dengar sehari-hari di lingkungan sekitar. Puluhan komunitas penggemar *boyband* dan *girlband*Korea yang saat ini ada di dunia, mereka sendiri terdiri dari orang-orang yang berasal dari berbagai negara, sehingga itulah K-Pop merupakan sebuah fenomena. Ada beberapa faktor mengapa K-Pop sangat populer salah satunya visual yang bagus dan karakteristik musik yang unik. Pemerintah Korea sendiri mendukung industri musik dengan memberi keringanan pajak, dana untuk meningkatkan popularitas genre dan kedutaan asing mempromosikan grup.

Salah satu *boyband* yang memiliki popularitas yang sangat tinggi adalah BTS, *boyband* yang debut di tahun 2013 ini memiliki komunitas penggemar yang besar dan tersebar diseluruh negara.Penjualan album dari setiap album mereka pun terus meningkat dari 2013 hingga saat ini.Mereka saat ini masih aktif di dunia musik dan merupakan salah satu *boyband* dengan bayaran terbesar di Korea. BTS tidak hanya populer di Asia tetapi juga dibelahan dunia lainnya, hal ini dibuktikan dengan hadir di salah satu acara televisi Amerika Serikat yang terkenal, mereka juga pernah mencetak rekor dunia. Peringkat pertama tangga musik dunia juga sudah pernah mereka menangkan sehingga mereka menyelenggarakan tur konser keliling dunia dan kebanyakan tiketnya habis terjual.

Popularitas BTS tidak dapat dipandang sebelah mata, terutama dikalangan remaja.Penyebarannyapun saat ini mudah karna adanya sosial media, semua orang dapat mengakases mereka dimanapun dan kapanpun.Maka dari itu UNICEF menggandeng BTS dalam rangka kampanye salah satu program kerjanya yaitu *Generation Unlimited*.Fenomena K-Pop pun sudah sampai hingga PBB, mereka melihat BTS merupakan *boyband* paling populer dikalangan remaja saat ini dan merupakan media yang efektif untuk menyuarakan kampanyenya yang berfokus pada remaja.

Program *Generation Unlimited* merupakan sebuah kerjasama multi-sektor global yang berkonsentrasi dibidang perluasan pendidikan, pelatihan, dan peluang kerja bagi kaum muda yang berusia 10 hingga 24 tahun. Program yang diluncurkan di Majelis Umum PBB ke-73, pada bulan September 2018, ***Generation Unlimited*** telah menarik minat pemerintah dan para pemimpin dari industri dan sektor-sektor utama lainnya yang berkomitmen untuk mempersatukan upaya-upaya di sekitar kaum muda untuk dampak skala besar.

Sekarang ini generasi muda tumbuh di dunia yang semakin banyak tantangan, oleh karena itu program ini dibentuk untuk membantu generasi muda untuk memiliki keterampilan khusus yang diperlukan untuk perubahan dunia kerja, terutama dibidang teknologi yang mempengaruhi perkembangan ekonomi yang ada.Hambatan signifikan bagi kaum muda adalah susahnya akses pendidikan dan pelatihan, sebagian besar berada di Asia Selatan dan Afrika.

Sasaran dari program ini pada transisi dari pendidikan dan pelatihan ke pekerjaan dan kewirausahaan sehingga *Generation Unlimited*melibatkan orang-orang muda dalam pembuatan agenda bersama serta tata pemerintahan dan implementasinya yang berkelanjutan, memastikan bahwa kaum muda memandu kemitraan di setiap langkah.*Generation Unlimited* membantu kaum muda untuk menjadi co-pencipta dan mengembangkan solusi inovatif mereka sendiri untuk tantangan dalam hidup mereka.

Untuk menarik minat generasi muda kedalam program ini, UNICEF berkerjasama dengan beberapa tokoh yang berpengaruh di lingkungan kaum muda, salah satunya BTS.*Boyband* asal Korea Selatan tersebut merupakan artis yang sedang naik daun saat ini, bisa dilihat dari prestasi yang BTS capai menjadi grup K-Pop pertama yang merajai tangga album Billboard dan mereka merupakan salah satu selebriti yang paling berpengaruh saat ini.

UNICEF memilih BTS sebagai rekan kerjasamanya dikarenakan tur konser mereka yang bertajuk *Love Myself* memiliki kesamaan maksud dengan kampanye yang dilakukan UNICEF dalam program *Generation Unlimited*. Kampanye tersebut dibuat untuk meningkatkan kesempatan dan pemberdayaan anak-anak dan remaja. Pada tahun 2018, UNICEF dan BTS mengadakan aksi solidaritas dengan mengadakan gerai kampanye di sepanjang gelaran konser final tur. Selain itu UNICEF dan BTS melakukan kampanye melalui video yang dirilis setiap tahun dalam rangka hari persahabatan internasional.

Puncak kerterlibatan BTS dalam program ini yang mengejutkan dunia adalah pada September 2019 di Amerika Serikat.BTS berpidato pada sidang umum PBB.Dalam pidato yang disampaikan oleh RM tersebut berisikan pandangan mereka dalam isu generasi muda di seluruh dunia dan mengajak kaum muda dunia untuk mencintai diri sendiri selama kurang lebih 3 menit. Selain itu, BTS mengajak anak-anak muda diseluruh dunia untuk sadar akan tantangan-tantangan yang ada dalam proses menjadi dewasa. Pidato ini mendapat apresiasi yang bagus di masyarakat, bisa dilihat video pidato BTS dalam sidang umum PBB disiarkan di televisi mancanegara serta telah tersebar di Youtube dengan *viewer* yang sangat banyak.

Selain kampanye-kampanye berbentuk tur dan video di internet, BTS juga ikut serta dalam penyaluran dana untuk berbagai sekolah di dunia. Pencapaian BTS dari penjualan album musiknya adalah memecahkan rekor sebagai artis Korea pertama yang menguasai tangga Billboard dunia, dari penjualan album tersebut BTS mendonasikan dana sebesar 100 juta won untuk bantuan pendidikan. Selanjutnya BTS melakukan kampanye amal bersama UNICEF untuk memberantas kekerasan terhadap anak-anak. Dalam penggalangan dana tersebut telah mengumpulkan 500 juta won dan BTS menyumbangkan 3% dari hasil penjualan album fisik “Love Yourself”.

Kerjasama UNICEF dan BTS masih berlangsung hingga saat ini lewat video-video kampanye yang ada Youtube. Keikutsertaan BTS dalam program *Generation Unlimited*ini sangat menarik perhatian dunia terutama pada saat pidato BTS di sidang umum PBB dikarenakan itu adalah pertama kalinya *boyband* Korea yang hadir dalam sidang besar tersebut, tentunya menjadi fenomena dimana selebriti yang sangat terkenal saat ini bekerjasama dengan PBB. Kerjasama dengan BTS ini diharapkan dapat menarik peratian sebesar-besarnya oleh masyarakat dunia khususnya kaum muda untuk sadar akan lingkungan dan tantangan yang dihadapi di masa depan.

**JURNAL**

Sari, Indah Chartika dan Ahmad Jamaan. “Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional”. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Politik Vol.1* (2014): 1-14

Wendt, Alexander.“Anarchy is What States Make of It: The Social Construction ofPower Politics”, *International Organization vol.46* (1992): 391-425

**BUKU**

Duncan, W. Raymon, et.al.*World Politics in The 21st Century.* Longman: New York, 2002.

Mas’oes, Mohtar.*Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi.* Jakarta: LP3ES, 1990.

Rudy, T. May. *Administrasi dan Organisasi Internasional.*Bandung: PT. Refika Aditama Bandung, 2009.

Wendt, Alexander. *Social Theory of International Politics*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

**WEBSITE**

Beritagar.id.“Dukungan BTS Terhadap Masa Depan Generasi Muda Di Dunia”. https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/dukungan-bts-terhadap-masa-depan-generasi-muda-di-dunia (23 November 2019)

Billboard. “BTS to Speak at United Nations for UNICEF’ Generation Unlimited Launch”. https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8476070/bts-to-speak-at-united-nations-unicef-generation-unlimited-launch

Generation Unlimited.“Generation Unlimited”*.*http://www.genunlimited.org/GenUBrochure\_FINAL.pdf

Generation Unlimited.“Reimagining Education: Preparing the Next Generation Skill Future*”.* https://www.generationunlimited.org/stories/reimagining-education-preparing-next-generation-skills-future

Generation Unlimited.“Strategic Analysis- Generation Unlimited”.https://www.generationunlimited.org/media/1106/file/Strategic%20Analysis.

Generation Unlimited. “Young People’s AgendaNew Global Partnership for Young People” http://www.genunlimited.org/index\_news-and-events

Generation Unlimted.“Generation Unlimited Theory of Change*”.*https://www.generationunlimited.org/media/1116/file/Theory%20of%20Change.pdf

Kompas, ”Pencapaian terbesar BTS”*.* https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/28/153539510/5-pencapaian-besar-bts-berkat-album-love-yourself-tear

NewsEn.“Donasikan 100 juta won pada Dinas Pendidikan Kota Metropolitan Busan”. https://channels.vlive.tv/B938BF/vtoday/0.10936027

Queensjournal, “Korean Musical Explosion Breaks Records And Curtural Barriers*”.* https://www.queensjournal.ca/story/2019-01-14/pop-culture/the-global-influence-of-k-pop/(12 Oktober 2019)

Thediplomat.com.“BTS and the Global Spread of Korean Soft Power*”.*https://thediplomat.com/2019/03/bts-and-the-global-spread-of-korean-soft-power/

Tirto.id. “Hari Persahabatan Sedunia: BTS & UNICEF Rilis Kampanye LOVE MYSELF”. https://tirto.id/hari-persahabatan-sedunia-bts-unicef-rilis-kampanye-love-myself-efhv

Tirto.id. “Legenda Dibalik Penciptaan K-pop”.https://tirto.id/legenda-di-balik-penciptaan-k-pop-ctX4

1. Linggar Dwi Addieningtyas, 2017, *Strategi dan Implikasi Diplomasi Kebudayaan*, Tesis Ilmu Hubungan Internasional, UGM [↑](#footnote-ref-1)
2. Billboard. “BTS to Speak at United Nations for UNICEF’ Generation Unlimited Launch”. https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8476070/bts-to-speak-at-united-nations-unicef-generation-unlimited-launch [↑](#footnote-ref-2)
3. Love MySelf*.”*UNICEF for Every Child”. https://www.love-myself.org/eng/about-endviolence/ [↑](#footnote-ref-3)
4. Love My Self.“End Violence”.https://www.love-myself.org/eng/about-endviolence/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Generation Unlimited. “Young People’s AgendaNew Global Partnership for Young People” http://www.genunlimited.org/index\_news-and-events [↑](#footnote-ref-5)
6. Alexander Wendt. “Anarchy is What States Make of It: The Social Construction ofPower Politics”, *International Organization vol.46* (1992) Hal.391 [↑](#footnote-ref-6)
7. Alexander Wendt.*Social Theory of International Politics*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1999) Hal. 51 [↑](#footnote-ref-7)
8. Mohtar Mas’oed, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi,*(Jakarta:LP3S, 1990) Hal. 45 [↑](#footnote-ref-8)
9. W. Raymond Duncan, *World Politics in the 21st Century, (*New York:Longman, 2002) Hal. 90 [↑](#footnote-ref-9)
10. T. May Rudy , *Administrasi dan Organisasi Internasional*, (Bandung: PT Refika Aditama Bandung 2009), hlm 2 [↑](#footnote-ref-10)
11. Ibid, hal.29 [↑](#footnote-ref-11)
12. Tirto.id, Legenda Dibalik Penciptaan K-pop, https://tirto.id/legenda-di-balik-penciptaan-k-pop-ctX4 [↑](#footnote-ref-12)
13. Indah Chartika Sari dan Ahmad Jamaan, Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Politik Vol.1* (2014) Hal. 3 [↑](#footnote-ref-13)
14. Forbes, *K-pop is More Global Than Ever, Helping South Korea Economy,* https://www.forbes.com/sites/caitlinkelley/2019/04/03/kpop-global-bts-blackpink-grow/#1d0e62e724e2 [↑](#footnote-ref-14)
15. *BTS and the Global Spread of Korean Soft Power,* https://thediplomat.com/2019/03/bts-and-the-global-spread-of-korean-soft-power/ [↑](#footnote-ref-15)
16. *Korean Musical Explosion Breaks Records And Curtural Barriers,* https://www.queensjournal.ca/story/2019-01-14/pop-culture/the-global-influence-of-k-pop/ [↑](#footnote-ref-16)
17. BBC, *BTS: Who are They and How did They Become So Successful?,* https://www.bbc.co.uk/newsround/45721656 [↑](#footnote-ref-17)
18. Generation Unlimited, *Reimagining Education: Preparing the Next Generation Skill Future,* https://www.generationunlimited.org/stories/reimagining-education-preparing-next-generation-skills-future [↑](#footnote-ref-18)
19. Generation Unlimited, *Generation Unlimited,* http://www.genunlimited.org/GenUBrochure\_FINAL.pdf [↑](#footnote-ref-19)
20. Generation Unlimited, *Reimagining Education: Preparing the Next Generation Skill Future,* https://www.generationunlimited.org/stories/reimagining-education-preparing-next-generation-skills-future [↑](#footnote-ref-20)
21. #  Beritagar.id, *Dukungan BTS Terhadap Masa Depan Generasi Muda Di Dunia*, https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/dukungan-bts-terhadap-masa-depan-generasi-muda-di-dunia

 [↑](#footnote-ref-21)
22. Kompas, *Pencapaian terbesar BTS,* https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/28/153539510/5-pencapaian-besar-bts-berkat-album-love-yourself-tear, [↑](#footnote-ref-22)
23. Tirto.id, *Hari Persahabatan Sedunia: BTS & UNICEF Rilis Kampanye LOVE MYSELF*,https://tirto.id/hari-persahabatan-sedunia-bts-unicef-rilis-kampanye-love-myself-efhv, [↑](#footnote-ref-23)
24. NewsEn, *Donasikan 100 juta won pada Dinas Pendidikan Kota Metropolitan Busan*, https://channels.vlive.tv/B938BF/vtoday/0.10936027 [↑](#footnote-ref-24)