

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Big Hit Entertainment¹ merupakan perusahaan hiburan Korea Selatan yang didirikan oleh Bang Si Hyuk sejak tahun 2005. Pada tahun 2013 Big Hit Entertainment mendebutkan sebuah *group* bernama BTS (Bangtan Sonyeondan). Pada awalnya Big Hit Entertainment termasuk perusahaan kecil pada industri hiburan di Korea Selatan. Tetapi, seiring dengan berjalannya waktu, Big Hit Entertainment dengan menggunakan BTS mampu menembus pasar musik domestik dan internasional.

Korea Selatan telah menjadi negara yang berpengaruh karena memiliki fenomena *Korean Wave* yang sudah berlangsung lama dengan berbagai bentuk strateginya untuk terus melakukan perluasan target pasar (Ministry of Culture, Sports and Tourism and Korean Culture, n.d.). Hal ini juga dilakukan oleh Big Hit Entertainment selaku perusahaan yang bergerak pada industri hiburan, sehingga dapat menembus pasar global. Menurut laporan dari Big Hit Entertainment, BTS sempat bergabung dengan pihak Columbia Records dan The Orchard yang merupakan anak perusahaan distribusi Sony Music pada tahun

¹ Per 19 Maret 2021, Big Hit Entertainment mengubah namanya menjadi HYBE atas dasar perluasan bisnis yang dicapai. HYBE terbagi menjadi tiga yaitu HYBE Labels, HYBE Solutions, dan HYBE Platforms. Identitas Big Hit Entertainment selanjutnya dikenal dengan BIGHIT Music di bawah naungan HYBE Labels.

2018 untuk memperluas jangkauan global musiknya. Tetapi, pada tahun 2021 BTS mengakhiri kontraknya dan bergabung dengan Universal Music Group (UMG) untuk melakukan distribusi dan pemasarannya di Amerika Serikat dan sekitarnya (Stutz & Rys, 2021).

Tabel 1.1 Billboard Top Physical Album 2020

No.	ARTIST	TITLE	SALES
1	BTS	Map Of The Soul:7	646,000
2	Taylor Swift	Folklore	482,000
3	Harry Styles	Fine Line	365,000
4	Billie Eilish	When We All Fall Asleep, Where Do We Go?	281,000
5	BTS	BE	252,000

Sumber: Penulis²

Tabel 1.2 Top 10 Global Album All Format Chart 2020

No.	ARTIST	ALBUM
1	BTS	Map Of The Soul:7
2	The Weeknd	After Hours
3	Billie Eilish	When We All Fall Asleep, Where Do We Go?
4	BTS	BE
5	Harry Styles	Fine Line

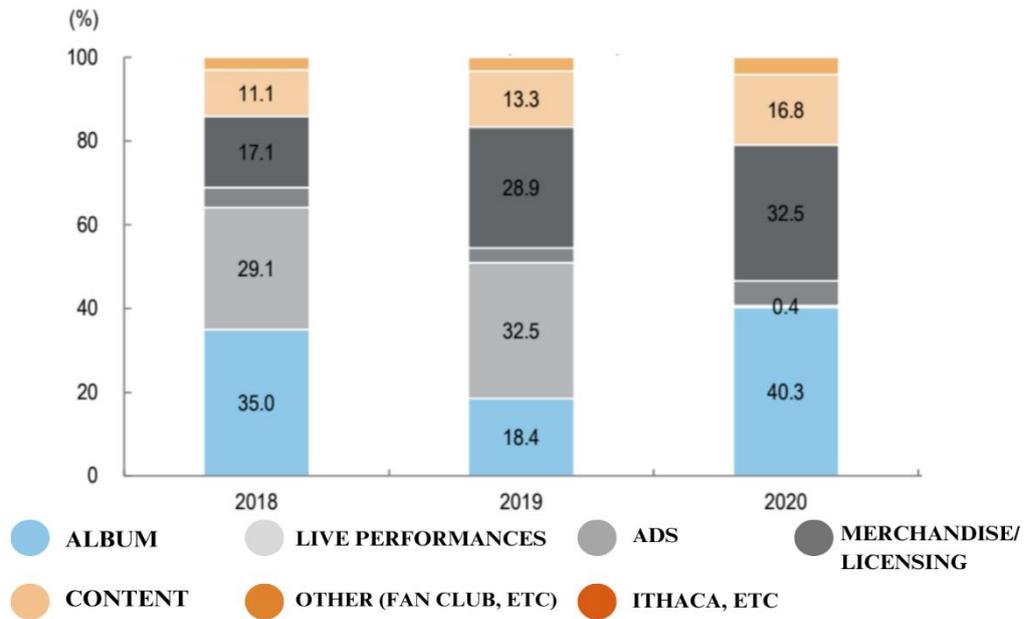
Sumber: Penulis³

Tahun 2020 saat BTS sedang bergabung dengan Columbia Records mereka mengeluarkan sebuah album bernama Map Of The Soul:7. Album ini telah berhasil meraih peringkat teratas pada TOP 10 penjualan album fisik di US

² Tabel tersebut telah dibuat ulang oleh penulis dengan acuan berdasarkan Billboard Chart Top Physical Album 2020

³ Tabel tersebut telah dibuat ulang oleh penulis dengan acuan berdasarkan Top 10 Global Album All Format Chart 2020 dari International Federation of the Phonographic Industry (IFPI).

dengan total penjualan album sebesar 646.000, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 Pada Tabel 1.2 dapat dilihat juga bahwa BTS dengan Map of The Soul:7 telah meraih peringkat pertama dalam penjualan album pada situs IFPI.



Gambar 1.1 Diagram HYBE: Annual Revenue Breakdown by Source

Sumber: Penulis⁴

Ketika membahas mengenai industri musik Korea Selatan yang telah mengglobal pada penelitian terdahulu, seringkali ditemukan pembahasan terkait bagaimana industri musik Korea Selatan ataupun industri kreatif Korea Selatan lainnya dapat mengglobal pada pasar negara tertentu dan lebih ditekankan kepada pasarnya saja. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa BTS selaku pemain

⁴ Gambar diagram tersebut telah dibuat ulang oleh penulis dengan acuan berdasarkan Annual Revenue Breakdown by Source milik HYBE Corporation.

pada industri hiburan juga telah berhasil menjual produk-produknya, terutama album dengan target pasar global. Tetapi, dalam industri musik Korea Selatan, pengglobalan yang terjadi sebenarnya tidak hanya dapat dilihat dari segmen pasarnya saja. Hal inilah yang jarang dibahas oleh penelitian sebelumnya, bagaimana sebuah industri hiburan tidak lagi dipandang sudah mengglobal hanya dari pasarnya saja tetapi dalam segi proses pembuatannya juga sudah mengglobal. Proses produksi yang dilakukan lintas batas negara selama pembuatan salah satu produk kreatif industri K-Pop menunjukkan adanya interaksi lintas batas negara yang dilakukan sehingga dapat dikatakan proses tersebut sudah terjadi secara global (Purbantina et al., 2022).

Big Hit Entertainment dengan album BTS yang berjudul Map Of The Soul:7 telah menerapkan proses produksi secara lintas batas negara dengan adanya aktor non-negara yang terlibat pada kegiatan tersebut. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas karena jika dilihat dari Amerika Serikat selaku pasar terbesar dari industri musik. Adanya kegiatan lintas batas negara dalam proses produksi musik ataupun album mereka jarang sekali terjadi, berbeda dengan industri hiburan Korea Selatan seperti yang dilakukan oleh Big Hit Entertainment dengan album BTS Map Of The Soul:7 yang mempunyai proses lintas batas negara dalam proses pembuatan produk kreatif mereka. Maka dari itu, adanya kegiatan aktor non-negara yang terlibat dalam aktivitas lintas batas negara menjadi hal yang menarik untuk dibahas karena menyajikan perspektif baru dalam kajian ilmu Hubungan Internasional.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul *Mapping Global Creative Value Chain for K-Pop Idol Industry: The Case of the BTS (2018-2020)* (Purbantina et al., 2022) menjelaskan dalam industri hiburan Korea Selatan, terutama BTS terdapat pemetaan global secara keseluruhan pada produk kreatifnya (musik, *performing arts*, *artistic craft* dan multimedia). Kemudian penelitian lainnya yang berjudul *Penyebaran K-Wave Oleh Bangtan Sonyeondan (BTS) di Amerika Serikat* (Sitompul, 2021) dijelaskan terkait peranan BTS membawa *Korean Wave* di Amerika Serikat karena mempunyai fokus penelitian kepada pengaruh dari penyebaran budaya pop Korea Selatan di Amerika Serikat oleh BTS. Maka dari itu, berdasarkan penelitian terdahulu penulis akan lebih menekankan pada pembahasan mengenai proses pemetaan jaringan produksi musik Big Hit Entertainment dengan menggunakan album BTS *Map Of The Soul:7* sebagai objeknya, dan bagaimana pemetaan album ini dapat berkontribusi dalam ekspansi pasar BTS melalui *Global Value Chain*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis oleh penulis, maka dalam penulisan penelitian ini penulis akan menjawab rumusan masalah terkait **“Bagaimana pemetaan jaringan produksi musik global Big Hit Entertainment pada kasus album BTS *Map Of The Soul:7*?”**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Tujuan dari penulisan penelitian ini secara umum adalah untuk memenuhi persyaratan pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Tujuan dari penulisan penelitian ini secara khusus adalah untuk menjelaskan bagaimana fenomena K-Pop yang sudah mengglobal tidak hanya dapat dilihat dari sisi global pada pasarnya saja, tetapi adanya proses global tersebut pada rangkaian produksinya. Adanya hubungan lintas batas negara dalam sebuah produksi album K-Pop sehingga bisa mencapai pasar musik global dapat memberikan perspektif baru dalam kajian ilmu Hubungan Internasional, dimana kata global pada sebuah industri musik kreatif tidak lagi dilihat dari pasarnya saja tetapi juga dalam proses produksinya.

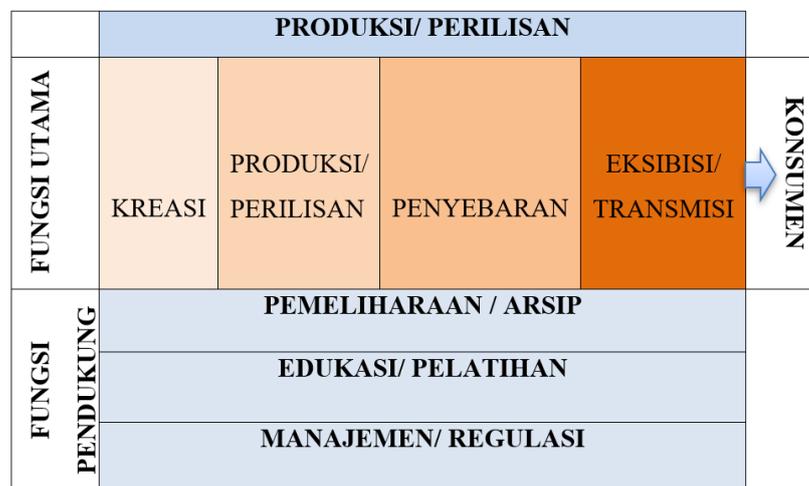
1.4 Kerangka pemikiran

1.4.1 Global Value Chain

Menurut Gereffi, *Global Value Chain* atau GVC dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari tahap menentukan konsepsi hingga menjadi barang jadi. Dalam seluruh tahapan tersebut, sebuah perusahaan tentunya akan melakukan pengelompokan agar produk yang dihasilkan dapat maksimal salah satunya melalui proses pemetaan produksi

dengan melibatkan lintas batas negara. Konsep *Global Value Chain* menurut Gereffi mempunyai titik fokus kepada proses produksi yang terjadi pada barang manufaktur, sehingga diperlukan sebuah konsep tambahan untuk dapat menjelaskan fenomena proses produksi pada sebuah produk kreatif (Gereffi & Stark, 2016).

1.4.2 Global Creative Value Chain



Gambar 1.2 Model Global Creative Value Chain

Sumber: Penulis⁵

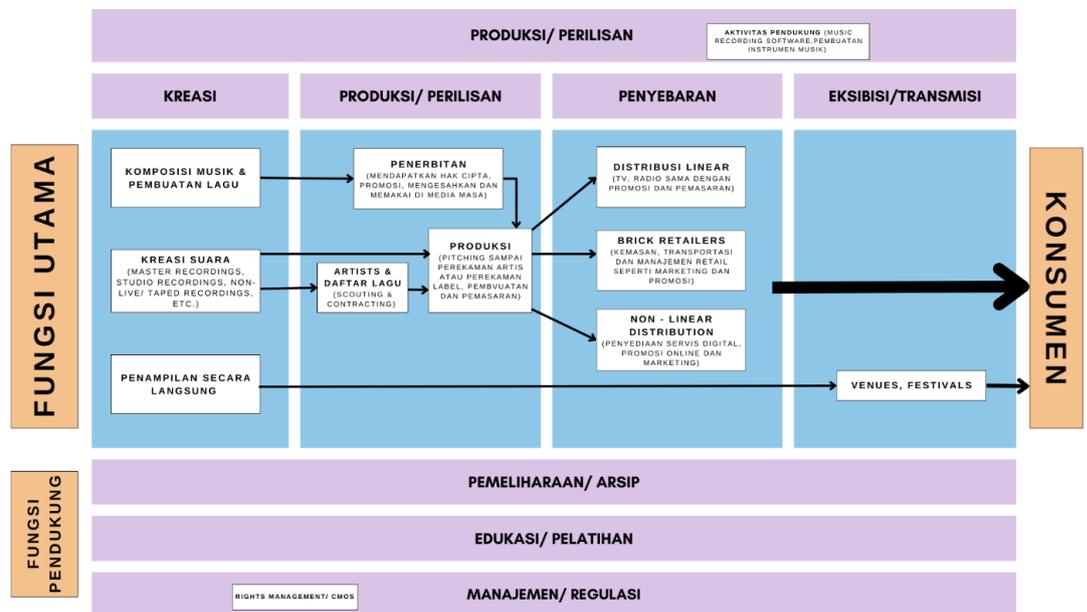
Konsep *Global Creative Value Chain* menurut De Voldere tidak jauh berbeda dengan definisi *Global Value Chain* secara keseluruhan, yaitu adanya tahapan pada proses produksi yang terjadi sebelum barang berada di tangan konsumen. De Voldere juga menambahkan bahwa konsep *Global Value Chain* dapat terjadi selain kepada barang manufaktur, yaitu produk kreatif. Proses *Global Creative Value Chain* dapat berbeda pada setiap sektor produk

⁵ Bagan tersebut telah dibuat ulang dan diterjemahkan oleh penulis dengan acuan berdasarkan bagan dari de Voldere et.al (2017)

kreatifnya. Tetapi secara garis besar, tahapan yang akan dilewati pada proses produksi akan dibagi menjadi tahapan *core functions* dan *support function* seperti yang dilampirkan pada gambar 1.2 (Voldere et al., 2017).

1.4.2.1 Music Value Chain

Music Value Chain adalah salah satu substansi yang berasal dari *Global Value Chain*. Menurut De Voldere, *Music Value Chain* merupakan sebuah konsep yang menjelaskan mengenai berbagai tahapan dan proses yang terlibat dalam produksi, distribusi hingga sampai pada pemasaran musik yang mempunyai unsur lintas batas negara di dalamnya (Voldere et al., 2017).



Gambar 1.3 Model Global Music Value Chain

Sumber: Penulis⁶

⁶ Bagan tersebut telah dibuat ulang dan diterjemahkan oleh penulis dengan acuan berdasarkan bagan dari de Voldere et.al (2017)

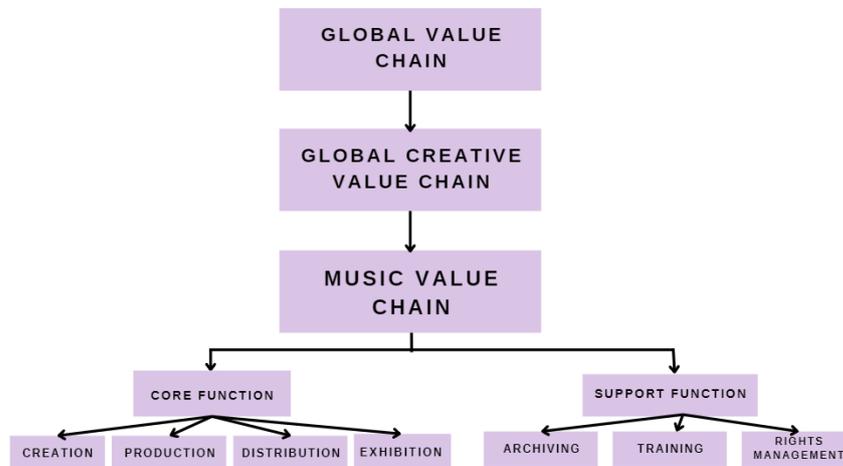
Pada Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa De Voldere membagi *music value chain* menjadi 2 fungsi, yaitu fungsi utama (*core function*) dan pendukung (*support function*). Fungsi utama, dibagi menjadi 4 tahapan, yaitu tahapan kreasi (*creation*), produksi (*production*) atau perilisan (*publishing*), penyebaran (*distribution*), dan yang terakhir eksibisi atau transmisi. Tahapan Kreasi (*Creation*) adalah sebuah tahapan pada produk kreatif yang berhubungan dengan aktivitas yang bertujuan untuk menemukan ide dari produk. Selama kegiatan ini aktor-aktor yang terlibat di dalamnya adalah komposer. Tahapan selanjutnya adalah produksi (*Production*) atau perilisan (*publishing*), yaitu sebuah tahapan untuk menghasilkan sebuah barang produksi yang siap untuk didistribusikan. Pada tahapan ini seorang komposer akan menyerahkan karyanya kepada artist yang akan melakukan rekaman, tetapi selain artis tersebut banyak aktor yang akan digunakan pada proses ini seperti agensi, produser, kru teknikal sampai dengan editor.

Tahapan ketiga adalah penyebaran, yaitu tahapan yang menjadikan suatu barang produksi melalui proses penyebaran kepada konsumen ataupun para exhibitor untuk di distribusikan secara lebih lanjut. Pada tahapan ini akan melibatkan berbagai media, seperti TV, Radio, platform musik *digital* seperti Spotify, promosi secara *online* maupun *offline*, dan sebagainya. Tahapan yang terakhir adalah eksibisi atau Transmisi, yaitu tahapan yang akan memberikan sebuah pengalaman berbeda untuk menikmati sebuah musik oleh para konsumen. Tahapan ini berisikan kegiatan seperti konser, fan meeting, acara

festival, penjualan berbagai bentuk album seperti vinyl, dan sebagainya (Voldere et al., 2017).

Fungsi pendukung adalah segala bentuk kegiatan yang mempunyai sifat yang memfasilitasi produksi, distribusi, promosi sampai dengan pemasaran suatu karya musik dengan skala global (Voldere et al., 2017). Fungsi pendukung meliputi 3 tahapan, yaitu pemeliharaan/arsip, edukasi/pelatihan, dan manajemen regulasi hak kepemilikan. Pada tahapan pemeliharaan/arsip pada sektor musik mengarah kepada bagaimana sebuah produk musik disimpan dan diarsipkan, salah satu media pengarsipan musik adalah Spotify. Pada tahapan edukasi/pelatihan berhubungan dengan pengembangan suatu keahlian dalam manajemen warisan budaya. Pada sektor musik hal ini dapat menjadi sebuah pengetahuan bagi seluruh aktor yang terlibat untuk dapat mengerti lebih lanjut terkait unsur budaya yang terkandung pada musik tersebut. Tahapan terakhir adalah manajemen regulasi hak kepemilikan. Pada tahapan ini meliputi manajemen regulasi hak cipta seperti hak cipta orisinal dari sebuah karya musik. Fungsi pendukung juga menjadi elemen yang penting karena saling berkaitan dengan fungsi utama dan untuk memastikan bahwa semua aktor yang terlibat pada hak cipta dari sebuah karya musik dapat mendapatkan keuntungan yang adil, dan juga sebagai sumber pendapatan yang berbeda dalam musik seperti penggunaan suatu karya musik dalam konteks lainnya.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.4 Sintesa Pemikiran

Sumber: Penulis

Berdasarkan sintesa pemikiran di atas, penulis menggunakan konsep *Global Value Chain* untuk menjelaskan secara keseluruhan terkait bagaimana proses pemetaan dalam suatu produksi barang. *Global Value Chain* lebih berfokus pada bagaimana sebuah proses produksi dapat terjadi secara lintas batas negara, sehingga masih diperlukan konsep yang lebih detail untuk menjelaskan bagaimana proses pemetaan yang terjadi pada produk kreatif. Konsep *Global Creative Value Chain* melalui salah satu turunannya yaitu *Music Value Chain* dapat menjelaskan bagaimana proses pemetaan yang terjadi pada produk kreatif secara lebih spesifik.

Konsep *music value chain* terbagi menjadi dua jenis fungsi, yaitu fungsi utama (*core function*) dan juga fungsi pendukung (*support function*). *Core function* memiliki empat tahapan yang harus dilewati pada setiap produksi musik berlangsung, yaitu *creation*, *production*, *distribution*, dan *exhibition*.

Sedangkan, fungsi pendukung (*support function*) mencakup pemeliharaan arsip (*archiving*), edukasi atau pelatihan (*training*) dan manajemen hak kepemilikan (*rights management*).

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang kemudian telah dianalisis menggunakan konsep *Global Value Chain*, penulis berargumen bahwa Big Hit Entertainment sebagai perusahaan pada bidang industri hiburan di Korea Selatan sudah memakai strategi *music value chain* yang merupakan sub konsep dari *Global Value Chain* dengan menggunakan BTS untuk memperluas ekspansi pasarnya melalui produksi album Map Of The Soul:7 di tahun 2020. Dalam melakukan strategi ini, Big Hit Entertainment menggunakan beberapa instrumen global pada setiap tahapan yang melalui proses penciptaan, proses pembuatan album sampai dengan distribusinya berupa aktor maupun tempat produksi atau distribusinya yang berasal dari luar Korea Selatan seperti produser, penulis lagu, studio rekaman, pemasaran melalui media global, dan sebagainya.

Selama masa produksinya, Big Hit Entertainment telah menggunakan berbagai elemen kepemilikan dari pihak lainnya untuk dapat memproduksi album BTS Map Of The Soul:7. Hal ini merupakan salah satu pembahasan pada fungsi pendukung. Melalui *Music Value Chain*, Big Hit Entertainment dapat menghasilkan produk kreatif mereka berupa album BTS Map Of The Soul:7 dengan melakukan aktivitas lintas batas negara dalam prosesnya.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian berupa metode penelitian deskriptif untuk mencapai tujuan serta hasil penelitian yang sesuai. Menurut (Kothari, 2004) penelitian deskriptif memiliki tujuan yang lebih berfokus untuk menemukan fakta dengan berbagai macam cara pengumpulan data. Sehingga peneliti melihat tujuan dari pemakaian dengan cara ini dapat menuangkan wawasan serta kesan peneliti terhadap fenomena yang ingin disampaikan oleh penulis dalam penyusunan penelitian ini. Peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif dikarenakan adanya kecocokan untuk menjelaskan dan menggambarkan bagaimana proses pemetaan produksi album BTS Map Of The Soul:7 terjadi. Sehingga penulis mendapatkan jawaban melalui rumusan masalah sesuai dengan apa yang akan diteliti oleh penulis.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penulis menyusun penelitian menggunakan jangkauan penelitian berupa salah satu produk kreatif yang telah dihasilkan oleh Big Hit Entertainment, yaitu album Map Of The Soul:7 dari *boy group* BTS yang dipublikasikan pada tahun 2020. Pemilihan produk kreatif ini didasarkan pada rumusan masalah yang digunakan oleh penulis dan juga adanya pemetaan yang terjadi pada produksi album Map Of The Soul:7.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009), terdapat dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu primer dan sekunder. Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber data sekunder, yaitu data yang didapat secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder yang didapat oleh peneliti pada penyusunan penelitian ini berupa sumber - sumber dari literatur terdahulu yang tidak terbatas pada buku, jurnal, berita, laporan, hingga artikel. Data-data yang dikumpul dapat berbentuk kata-kata yang tersampaikan baik secara tertulis maupun secara lisan melalui sumber-sumber yang telah disebutkan. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih spesifik mengenai studi kasus yang penulis bahas pada penelitian ini, penulis menitik beratkan pada pengumpulan data yang didapatkan dari KOMCA, *report* atau akun resmi milik perusahaan yang terkait dalam *Global Value Chain* pada album BTS Map Of The Soul:7 (Sugiyono, 2009).

1.7.4 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dalam penyusunan proposal penelitian skripsi ini. Menurut Moleong (n.d.), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian mulai dari persepsi, perilaku, motivasi, tindakan lainnya secara holistik dan menjelaskan dalam bentuk kata-kata pada konteks khusus yang alamiah (Moleong, n.d.). Melalui teknik analisis data kualitatif ini juga menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk memahami alasan mengapa suatu peristiwa atau fenomena dapat terjadi.

Data yang telah diperoleh oleh penulis akan diolah terlebih dahulu melalui proses penataan data, memasukkan data kedalam unit-unit tertentu, pengaturan sintesis terhadap data, lalu data tersebut disusun ke dalam pola yang pada akhirnya membuat suatu kesimpulan data yang ada. Dengan demikian, penulis berusaha menjelaskan terkait pemetaan yang terjadi secara global pada produksi produk kreatif Big Hit Entertainment berupa album BTS Map Of The Soul:7 dengan memaparkan hasil dari kesimpulan yang telah ditemukan dari pengolahan data kualitatif yang sudah diterapkan.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dari penulisan penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penulisan agar penelitian ini tersusun, teratur, dan sistematis. Sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

BAB I Memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka berpikir, sintesa pemikiran, argumen utama, dan metodologi penelitian terkait proses pemetaan dalam album BTS Map Of The Soul:7.

BAB II Pembahasan mengenai proses pemetaan tahap kreasi dan produksi pada album musik BTS Map Of The Soul:7 dan keterlibatan beberapa aktor lintas negara dalam produksi album tersebut.

BAB III Pembahasan mengenai bagaimana pemetaan dalam Big Hit Entertainment pada tahapan distribusi dan eksibisi pada *Music Value Chain*.

BAB IV Pembahasan mengenai tahapan *Support Function* pada album BTS
Map Of The Soul:7.

BAB V Berisi kesimpulan dan saran mengenai isi dari penelitian yang telah
dilakukan.