

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penjelasan bab satu sampai empat, dapat disimpulkan bahwa dalam pembuatan album BTS Map Of The Soul:7, Big Hit Entertainment telah melakukan seluruh tahapannya dengan menggunakan kegiatan lintas batas negara. Hal ini dapat dilihat dari tahapan yang dilewati yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan eksibisi. Pada keseluruhan dari aktivitas tahapan tersebut dapat membantu Big Hit Entertainment memainkan peran penting dalam setiap aspek *Global Music Value Chain*, meningkatkan visibilitas dan daya tarik BTS di panggung musik global. Dengan demikian, album BTS Map Of The Soul:7 tidak hanya menjadi hasil kreativitas musikal, tetapi juga representasi sukses strategi global Big Hit Entertainment dalam industri hiburan yang disebabkan oleh banyaknya keterlibatan Big Hit Entertainment dalam industri musik global tersebut serta aktivitas lintas batas negara yang terjadi dalam setiap proses produksi album Map Of The Soul:7.

Berdasarkan penjelasan tentang dua tahapan pertama dari konsep *Global Music Value Chain* pada album BTS Map Of The Soul:7, dapat disimpulkan bahwa Big Hit Entertainment mengelola proses kreasi dan produksi dengan melibatkan berbagai aktor lintas batas negara. Pada tahap kreasi Big Hit Entertainment bekerjasama dengan artis luar Korea Selatan seperti Troye Sivan yang berasal dari Australia dengan label rekamannya yang berasal dari

Amerika, dan Fontana Melanie Joy, Youngs Krysta Marie, dan Ross Julia Allyn yang juga berasal dari Amerika. Pada tahapan produksi Big Hit Entertainment juga melibatkan studio rekaman dari dalam dan luar Korea Selatan, serta kerjasama dengan label rekaman terbesar dunia seperti Universal Music Group, Sony Music Entertainment, dan Warner Music Group yang mempunyai kantor utama di Amerika.

Selanjutnya dalam manajemen hak cipta dari album Map Of The Soul:7 juga melibatkan berbagai lembaga seperti ASCAP, BMI, STIM, dan lainnya. Pada proses distribusi, Big Hit Entertainment melakukan kerjasama dengan program musik seperti M Countdown, meskipun program-program tersebut milik perusahaan Korea Selatan, konten promosi tersebut juga dipublikasikan di YouTube yang merupakan aplikasi digital dari Amerika dengan jangkauan pasar secara global, hal ini pun memperluas jangkauan konsumennya menjadi global. Pada tahapan distribusi *non-linear* Big Hit Entertainment melibatkan berbagai *platform digital* seperti HMV yang berasal dari Inggris yang secara aktif memasarkan album ke konsumen global.

Pada tahapan eksibisi, Big Hit Entertainment memberikan serangkaian pengalaman yang beragam kepada penggemar dengan menggunakan aktivitas lintas batas negara pada beberapa pengerjaannya, seperti proyek seni kontemporer yang berkolaborasi dengan penari dari MN Dance Company yang berasal dari Slovenia. Terakhir pada fungsi pendukung album BTS Map Of The Soul:7 yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu pengarsipan, pelatihan,

dan hak kepemilikan. Big Hit Entertainment mengadopsi strategi digitalisasi untuk menjaga dan melestarikan karya musik, memanfaatkan *platform* seperti Spotify, Apple Music, dan CD fisik pada proses pengarsipannya. Selanjutnya pada tahap pelatihan, BTS menghadapi proses latihan intensif dalam merekam lagu, melibatkan kolaborasi dengan tim *internal* dan artis dari berbagai negara, seperti dalam proses rekaman dan koreografi video musik di Los Angeles. Aktivitas pelatihan ini tidak hanya memperkaya kualitas musik, tetapi juga menciptakan dimensi global dalam album. Terakhir, pada tahap hak kepemilikan, Big Hit Entertainment memastikan kepemilikan album dan hak cipta tetap di bawah kendali mereka, Big Hit Entertainment mengatur hal ini secara rinci melalui manajemen IP yang kuat dengan mencakup hak cipta lagu, merek dagang, konten *digital*, dan produk *merchandising*.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis, serta penelitian-penelitian sebelumnya mengenai BTS ataupun industri hiburan Korea Selatan yang berhubungan dengan agensi Big Hit Entertainment, BTS serta aktivitas lintas batas negara yang telah dilakukan oleh kedua aktor tersebut, maka penelitian yang lebih sering ditemukan adalah yang terkait dengan aktivitas diplomasi yang mereka lakukan. Berlandaskan hal tersebut, penulis telah menggambarkan adanya aktivitas lain yang juga menitikberatkan pada aktivitas pengglobalan yang terjadi pada ranah industri hiburan Korea Selatan khususnya BTS dengan memiliki fokus pada salah satu album mereka yang memiliki penjualan tertinggi

secara global yaitu album BTS Map Of The Soul:7. Akan tetapi, hal yang bisa dieksplorasi terkait Map Of The Soul:7 ini masih banyak. Sehingga, saran untuk penelitian berikutnya apabila ingin menggunakan *Global Value Chain*, dapat menggunakan variabel lainnya pada sektor kreatif selain *Music Value Chain*. Kemudian, aktivitas lintas batas negara yang terjadi pada sektor non negara menjadi hal yang baru dan menarik untuk diteliti dalam kajian ilmu hubungan internasional.