

***Korean Wave* dan Industri Makanan Global:
Strategi *Marketing* Tingkat Global Perusahaan *McDonald's* Melalui Figur
K-Pop Pada Tahun 2021 dan 2023**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh

**Chatalina Dara Faunia
20044010109**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

***Korean Wave dan Industri Makanan Global:
Strategi Marketing Tingkat Global Perusahaan MCDonald's Melalui Figur
K-Pop Pada Tahun 2021 dan 2023***

Disusun Oleh



Chatalina Dara Faunia
20044010109

Telah disetujui untuk mengikuti ujian seminar hasil skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Resa Kusyidra, S.Hub.Int., M.Hub.Int

NIP. 198610312021212001

Mengetahui,

DEKAN Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

Lembar Pengesahan Skripsi

Judul Penelitian : *Korean Wave* dan Industri Makanan Global: Strategi Marketing Tingkat Global Perusahaan *MCDonald's* Melalui Figur *K-Pop* Pada Tahun 2021 dan 2023

Nama Mahasiswa : Chatalina Dara Faunia
NPM : 20044010109

Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah diuji kebenaran oleh Tim Penguji Seminar Hasil Skripsi Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI


Resa Rasvidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int
NIP. 198610312021212001

1. KETUA

Megahnanda A.K., S.I.P., M.I.P
NIP. 198611062021212003

2. SEKRETARIS

Resa Rasvidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int
NIP. 198610312021212001


3. ANGGOTA

Firsty Chintya Laksmi Perbawani, M.Hub.Int.
NPT. 21219960722332

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi
Hubungan Internasional**


DEKAN FISIP
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006


Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR., C.M.C
NPT. 17119930803037

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chatalina Dara Faunia
NPM : 20044010109
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Hubungan Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi saya yang berjudul "***Korean Wave dan Industri Makanan Global: Strategi Marketing Tingkat Global Perusahaan MCDonald's Melalui Figur K-Pop Pada Tahun 2021 dan 2023***" merupakan hasil tulisan sekaligus hasil penelitian yang telah disusun tanpa melakukan plagiarisme.

Adapun skripsi ini telah ditulis dan disusun berdasarkan aturan sitasi yang sesuai. Apabila di kemudian hari terdapat bukti penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 2 Januari 2024

Penulis



Chatalina Dara Faunia

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan perkembangan zaman menghasilkan sebuah peristiwa dimana meningkatnya interaksi global dan menipisnya batas-batas interaksi antar lintas batas negara. Peristiwa meningkatnya jaringan interaksi antar masyarakat khususnya di tingkat global tersebut seringkali dikenal dengan Globalisasi. Globalisasi tersebut bahkan telah merambah membentuk sebuah kebiasaan yang identik dengan budaya atau Globalisasi budaya. Globalisasi budaya telah berdampak di berbagai bidang khususnya industri makanan serta menjadi wadah dalam memperkenalkan budaya populer. *McDonald's* sebagai salah satu perusahaan multinasional memanfaatkan kesempatan dari hadirnya globalisasi budaya. Disusul merebaknya fenomena *Korean Wave* membuka kesempatan bagi *McDonald's* untuk melibatkan tokoh-tokoh tersebut ke dalam upaya pemasaran produk tingkat global. Topik penelitian ini membahas mengenai mengenai strategi pemasaran *McDonald's* pada tingkat global melalui figur *K-Pop* tepatnya pada periode tahun 2021 dan tahun 2023. Pada periode tersebut *McDonald's* kembali melakukan langkah pemasaran produk untuk meningkatkan minat konsumen. Pemasaran produk tersebut dilakukan dengan melibatkan figur *K-Pop* yang dinilai mampu menarik minat masyarakat dari adanya fenomena *Korean Wave* sebagai target konsumen. Figur *K-Pop* yang terlibat dalam strategi pemasaran *McDonald's* adalah BTS atau *Beyond The Scene* dan *NewJeans*. Meskipun strategi pemasaran produk *McDonald's* dengan figur *K-Pop* merupakan sesuatu yang menunjukkan warna baru, tetapi hal tersebut mampu memberikan peningkatan minat dalam menggali pengetahuan serta informasi lebih mendalam mengenai proses pemasaran tingkat global pada suatu perusahaan multinasional yang beriringan dengan merebaknya fenomena atau trend budaya populer di tingkat global.

Kata Kunci: Globalisasi Budaya, Pemasaran Global, Korean Wave, McDonald's, BTS, NewJeans

HALAMAN MOTTO

“You must do things above all others. Read a lot and write a lot.”
—Stephen King—

“Have a courage and be kind”
—Cinderella from Disney Princess—

“When the going gets tough, the tough get going”
—Lion King from Disney Movie—

“Turn this frustration into energy and become stronger”
—Yuki Ishikawa—

“Tell yourself you did well and give yourself a pat on the back”
—Lee Heeseung—

KATA PENGANTAR

Ucapan puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas rahmat, berkah, nikmat, hidayah serta tuntunan yang telah menyertai penulis di setiap waktunya. Berkat rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat bertahan dan masih menghirup nafas hingga saat ini. Dan berkat restu dan ridho-Nya penulis telah diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Korean Wave dan Industri Makanan Global: Strategi Marketing Tingkat Global Perusahaan MCDonald’s Melalui Figur K-Pop Pada Tahun 2021 dan 2023*”

Dalam menyusun skripsi ini, tentu saja penulis telah banyak mendapat bimbingan dan juga telah mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan serta dukungan mental atau sosok yang telah menjadi “*support system*” di sepanjang proses penulisan skripsi penulis khususnya yang dtujukan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, M.IR, selaku Kepala Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang sudah memberikan banyak kesan yang baik bagi saya dalam mengikuti proses perkuliahan.
4. Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan kesempatannya dengan memberikan bimbingan, saran serta mengarahkan dengan sabar pada setiap proses penelitian yang dilakukan penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Megahnanda A.K., S.I.P., M.I.P dan Firsty Chintya Laksmi Perbawani, M.Hub.Int selaku dosen penguji penulis yang teliti dalam memberi masukan serta saran yang bermanfaat terhadap skripsi ini agar tertulis dengan baik dan benar.
6. Prihandono Wibowo, M.Hub.Int selaku Dosen Wali penulis yang sudah senantiasa mempermudah hal-hal yang berkaitan dengan kepengurusan perkuliahan penulis.
7. Seluruh Dosen Program Studi Hubungan Internasional di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas segala jasanya yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan
8. Kedua orang tua penulis terutama Ibu yang tidak pernah berhenti mendukung serta mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Winwin WayV, Lee Heeseung ENHYPEN, Sung Hanbin ZEROBASEONE selaku figur selebriti favorit penulis yang telah menyalurkan energi-energi positif melalui karya yang mampu memberikan semangat bagi penulis untuk selalu bangkit dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Anggota yang tergabung dalam Tim Nasional Voli Putra Jepang “*Ryujin Nippon*” yaitu Ran Takahashi, Yuki Ishikawa, Tatsunori Otsuka, Eiro Motoki yang telah menginspirasi penulis serta mengajarkan kepada penulis arti akan gigih serta arti dari sebuah perjuangan.
11. Seluruh teman dan sahabat penulis yang telah menemani sekaligus memberi dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Dan tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang tidak pernah menyerah dan memutuskan untuk selalu berjuang melawan kesedihan, kepahitan, hingga ketakutan yang menghampiri selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dari segi pengetahuan maupun pengalaman serta kekurangan pada aspek lain dalam menulis skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki serta

menyajikan karya tulis yang baik di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap adanya skripsi ini dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 12 Januari 2024

Penulis

Chatalina Dara Faunia

Daftar Isi

Halaman Judul	
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Lembar Surat Pernyataan Tidak Plagiat	ix
Abstrak	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Secara Umum	5
1.3.2 Secara Khusus	5
1.4 Kerangka Teori.....	5
1.4.1 Globalisasi Budaya.....	5
1.4.2 Strategi Marketing Global.....	7
1.4.3 Marketing Mix 7P	8
1.4.4 Celebrity Endorser.....	11
1.5 Sintesa Pemikiran	12
1.6 Argumen Utama	13
1.7 Metodologi Penelitian	14
1.7.1 Tipe Penelitian	14
1.7.2 Jangkauan Penelitian	14
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	15
1.7.4 Teknik Analisis Data	15
1.8 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II Pemanfaatan Fenomena <i>Korean Wave</i> Dalam	
Strategi Marketing Global <i>McDonald's</i>	17
2. 1 Fenomena <i>Korean Wave</i> Pada Sektor Pemasaran Global	17

2. 2 Fenomena <i>Korean Wave</i> Dalam Strategi Marketing Global <i>McDonald's</i>	24
BAB III Unsur <i>Marketing Mix</i> dalam Strategi Pemasaran McDonald's	
Melalui Penggunaan Figur <i>K-Pop BTS</i> dan <i>NewJeans</i>	29
3. 1 Strategi Penetapan <i>Product</i>	29
3. 2 Strategi <i>Place</i>	35
3. 3 Strategi <i>Promotion</i>	38
3. 4 Strategi <i>Physical Evidence</i>	50
BAB IV Kesimpulan dan Saran	53
4. 1 Kesimpulan.....	53
4. 2 Saran	55
Daftar Pustaka	

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Pemetaan Menu Produk Makanan Olahan Daging Ayam McDonald's Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop NewJeans Tahun 2023	34
Tabel 3.2 Daftar Periode Pemasaran Produk <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop BTS Tahun 2021	47
Tabel 3.3 Daftar Periode Pemasaran Produk <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop NewJeans Tahun 2023	49

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Sintesa Pemikiran.....	12
Gambar 2.1 Figur K-Pop BTS Sebagai Salah Satu Figur Populer Korean Wave Memenangkan Penghargaan Music Internasional Billboard Tahun 2021	20
Gambar 2.2 Musik Video Resmi Kolaborasi Salah Satu Anggota Figur K-Pop BTS Dengan Figur Selebriti Amerika Serikat Charlie Puth Tahun 2022	23
Gambar 3.1 Paket Khusus Produk Makanan dan Minuman <i>McDonald's</i> Pada Figur K-Pop BTS Tahun 2021	30
Gambar 3.2 Produk Saus Sweet Chili dan Saos Cajun <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop BTS Tahun 2021	31
Gambar 3.3 Produk Makanan dan Minuman <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop <i>NewJeans</i> Tahun 2023	32
Gambar 3.4 Produk Makanan dan Minuman <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop <i>NewJeans</i> Tahun 2023	33
Gambar 3.5 Produk Makanan dan Minuman <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop <i>NewJeans</i> Tahun 2023	34
Gambar 3.6 Daftar Lokasi Pemasaran Produk <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop BTS Tahun 2021	37
Gambar 3.7 Daftar Lokasi Pemasaran Produk <i>McDonald's</i> Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop <i>NewJeans</i> Tahun 2023	38
Gambar 3.8 Perpaduan Logo <i>McDonald's</i> dan Figur <i>K-Pop BTS</i> Pada Periode Promosi Tahun 2021	40
Gambar 3.9 Perpaduan Logo <i>McDonald's</i> dan Figur <i>K-Pop NewJeans</i> Pada Periode Promosi Tahun 2023	41
Gambar 3.10 Upaya Strategi Promosi <i>McDonald's</i> Melalui Ilustrasi Penawaran Produk Pada Periode Penggunaan Figur <i>K-Pop BTS</i> Tahun 2021	42
Gambar 3.11 Upaya Strategi Promosi <i>McDonald's</i> Melalui Video Penawaran Produk Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop BTS Tahun 2021	43
Gambar 3.12 Upaya Strategi Promosi <i>McDonald's</i> Melalui Ilustrasi Penawaran Produk Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop <i>NewJeans</i> Tahun 2023	44
Gambar 3.13 Upaya Strategi Promosi <i>McDonald's</i> Melalui Video Penawaran Produk Pada Periode Penggunaan Figur <i>K-Pop NewJeans</i> Tahun 2023	45
Gambar 3.14 Strategi Promosi Pemasaran Produk Melalui Kampanye	

“ <i>Chicken Dance Challenge</i> ” Pada Periode Penggunaan Figur K-Pop NewJeans 2023	46
Gambar 3.15 Tampilan Bentuk Fisik Kemasan Produk <i>McDonald’s</i> Pada Periode Penggunaan Figur <i>K-Pop BTS</i> Tahun 2021	50
Gambar 3.16 Tampilan Bentuk Fisik Kemasan Produk <i>McDonald’s</i> Pada Periode Penggunaan Figur <i>K-Pop NewJeans</i> Tahun 2023	51