

**STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MELALUI FIGUR  
KOREAN WAVE TAHUN 2019–2022**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**MEGA DELIMA**

**19044010071**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**SURABAYA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Skripsi yang berjudul

**STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MELALUI FIGUR *KOREAN WAVE***

**TAHUN 2019–2022**

1. Merupakan karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Jika dikemudian hari ditemukan bahwa karya saya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 12 Juni 2023



Mega Delima

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MELALUI FIGUR *KOREAN***

**WAVE TAHUN 2019–2022**

Disusun Oleh:




**MEGA DELIMA**  
19044010071

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,


**PEMBIMBING**



**Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.**  
NPT. 386021303591

Mengetahui

**DEKAN FISIP**



**Dr. Catur Suratnoaji, MSi**  
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MELALUI FIGUR *KOREAN WAVE* TAHUN 2019-2022


Oleh:

MEGA DELIMA  
19044010071

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada Tanggal 03 Juli 2023

Pembimbing

Tim Penguji,

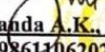
  
Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.  
NPT. 386021303591

1. Ketua  
  
Resa Rasvidah, S/Hub.Int., M.Hub.Int  
NIP. 198610312021212001

2. Sekretaris

  
Adiasri Putri Purbantina, Ph.D  
NPT. 386021303591

3. Anggota

  
Megahnanda A.K., S.IP, M.IP  
NIP. 198611062021212003

DEKAN FISIP

  
Dr. Catur Suratnoaji, MSi  
NIP. 196804182021211006

## HALAMAN MOTTO

*"Don't hurt yourself! Just because you have a lot of stress. Doesn't mean you have to relieve it by hurting yourself or going in ways that might really disadvantage you. You never know what's going to happen in the future."*

–Bang Chan of Stray Kids

*"Don't worry, the path you've been through is progress for you. Same for the flowers; it's not when they bloom, but the process that makes them beautiful."*

–For You by Stray Kids

*"Decide for yourself what it means to be happy. Every day, take a step to grow up. But sometimes it's okay to show your weakness, it's okay to be yourself. So don't lie to yourself any more!"*

-Lights by BTS

*"The only time you should ever look back is to see how far you've come."*

-Butterfly by BTS

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

*This writing is dedicated to myself, who chooses to keep pushing forward rather than giving up in the face of adversity.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang strategi promosi Tokopedia melalui figur *Korean wave* pada rentang tahun 2019 – 2022. Latar belakang pada penelitian ini adalah mengglobalnya produk-produk *Korean wave* yang kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan asal Korea Selatan sebagai daya tarik dan alat promosi. Tidak hanya itu, perusahaan di luar Korea Selatan juga melakukan hal serupa, seperti Gucci dan Yves Saint Laurent. Tokopedia sebagai perusahaan lokal turut mengikuti *trend* global dengan memanfaatkan produk-produk *Korean wave* dalam kegiatan promosinya. Pada tahun 2019, Tokopedia memilih grup *K-pop* BTS sebagai *brand ambassador* perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan kerangka pemikiran globalisasi, strategi promosi, dan *K-pop strategy*. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa BTS selaku figur *K-pop* turut terlibat dalam setiap kegiatan promosi Tokopedia dalam komponen *maximizing marketing effect by collaborating with stars, raising consumer interest, dan targeting transnational market*.

**Kata kunci:** globalisasi, *k-pop strategy*, *korean wave*, strategi promosi, tokopedia

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MELALUI FIGUR *KOREAN WAVE* TAHUN 2019–2022”** dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk memenuhi mata kuliah skripsi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Adiasri Putri Purbantina, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan beserta *feedback* yang sangat membantu dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Meskipun proses yang penulis lalui ini tidaklah mudah, penulis menikmati setiap proses penyusunan skripsi ini di bawah bimbingan Mbak Tina. Terima kasih karena kini penulis turut terbentuk menjadi pribadi yang lebih tekun dan bertanggung jawab dalam menjalankan seluruh kewajiban yang penulis miliki.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.



2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo. S.IP., MIR., C.M.C. Selaku koordinator Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosal dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Seluruh Dosen Jurusan Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu dan berbagai pengalaman baru selama saya menempuh pendidikan.
5. Kepada yang terkasih, sanak keluarga di rumah yang tidak ada hentinya mendukung dan memberikan kepercayaan bagi saya dalam memilih jurusan kuliah, sehingga saya sampai di titik ini dan menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab dalam membuat keputusan-keputusan penting dalam hidup saya.
6. Untuk Mewa, Grace, dan Elvira yang selalu menjadi teman sekelompok saya sejak semester awal. Terima kasih karena selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk kelompok, sehingga kita bisa melewatinya bersama-sama sampai saat ini. Terima kasih juga karena telah menjadi bagian penting dalam setiap momen perkuliahan saya selama empat tahun terakhir.
7. Untuk Dina dan Camel yang telah melawati banyak momen sulit bersama sejak masa sekolah sampai saya berada di titik ini. Terima kasih telah memberikan banyak dukungan dan tidak lelah untuk saling menguatkan.
8. Untuk BTS yang telah menjadi bagian penting selama masa remaja saya hingga menjadi mahasiswa, terima kasih karena lagu-lagu kalian selalu

mengingatkan saya untuk lebih mencintai diri saya sendiri. Untuk Stray Kids, terima kasih karena lagu-lagu kalian selalu menyadarkan saya untuk tidak menyerah. Teruntuk jajaran *idol K-pop* saya yang lainnya, terima kasih juga karena membuat hidup saya yang monokrom menjadi penuh warna.

9. Untuk teman-teman seperjuangan HI'19 di UPN “Veteran” Jatim, terima kasih atas empat tahunnya yang berlalu begitu singkat. *Let's walk on only flower roads from now on!*
10. Terima kasih kepada diri sendiri yang kerap kali dibuat jatuh oleh keadaan, namun tetap memutuskan untuk bertahan dan tidak menyerah.

Tak ada gading yang tak retak, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pembaca dan berkontribusi pada penelitian-penelitian selanjutnya. Dengan demikian, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan dan memotivasi penulis dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1. Secara Umum.....	6
1.3.2. Secara Khusus .....	6
1.4. Kerangka Pemikiran.....	6
1.4.1. Globalisasi.....	6
1.4.2. Strategi Promosi.....	8
1.4.3. <i>K-pop Strategy</i> .....	10
1.5. Sintesa Pemikiran.....	14
1.6. Argumen Utama .....	15
1.7. Metodologi Penelitian .....	16
1.7.1. Tipe Penelitian .....	16
1.7.2. Jangkauan Penelitian.....	16
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7.4. Teknik Analisis Data.....	17

1.7.5. Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA MEMANFAATKAN</b>	
<b>KESUKSESAN KOREAN WAVE .....</b>	<b>20</b>
2.1 <i>Creation of Value-added by Producing K-pop Based Products ....</i>	20
2.2 <i>Utilizing K-pop Related Themes For Tourist Packages.....</i>	22
2.3 <i>Maximizing Marketing Effect by Collaborating with Stars .....</i>	23
<b>BAB III STRATEGI PROMOSI TOKOPEDIA DALAM MENARIK</b>	
<b>MINAT KONSUMEN DAN MEMPERLUAS PASAR.....</b>	<b>37</b>
3.1 <i>Raising Consumer Interest .....</i>	37
3.2 <i>Targeting Transnasional Market .....</i>	48
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
4.1 Kesimpulan.....	52
4.2 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> TOP 5 <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2019-2021 .....	3
<b>Gambar 1.2.</b> <i>K-pop Utilization by Component</i> .....	11
<b>Gambar 2.1</b> Iklan Tokopedia x BTS: Waktu Indonesia Belanja .....	21
<b>Gambar 2.2</b> Tagar #TokopediaxBTS Trending di Twitter .....	24
<b>Gambar 2.3</b> Tokopedia x BTS.....	25
<b>Gambar 2.4</b> Tokopedia 12 <sup>th</sup> x BTS.....	26
<b>Gambar 2.5</b> Kalender Harian Photocard Tokopedia 12 <sup>th</sup> x BTS .....	27
<b>Gambar 2.6</b> Antusiasme Terhadap Program Tokopedia 12 <sup>th</sup> x BTS .....	28
<b>Gambar 2.7</b> Tokopedia x BTS Photocard Hologram .....	29
<b>Gambar 2.8</b> Postingan Iklan Photocard BTS Hologram di Twitter.....	30
<b>Gambar 2.9</b> Tokopedia 13 <sup>th</sup> x BTS.....	31
<b>Gambar 2.10</b> Tokopedia Affiliate x Kebut Gopay .....	32
<b>Gambar 2.11</b> BTS Merchandise Store di Tokopedia.....	34
<b>Gambar 2.12</b> Produk BTS Tokopedia Tas Eksklusif .....	35
<b>Gambar 2.13</b> BTS: Big Travel Sale.....	36
<b>Gambar 3.1</b> Waktu Indonesia Belanja TV Show .....	38
<b>Gambar 3.2</b> Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Trending di Twitter .....	39
<b>Gambar 3.3</b> Interview BTS di WIB TV Show .....	40
<b>Gambar 3.4</b> Tokopedia WIB K-pop Awards 2021.....	41
<b>Gambar 3.5</b> Tokopedia x BTS: Jaga Indonesia .....	43
<b>Gambar 3.6</b> Tokopedia x BTS: Jaga Indonesia Trending di Twitter.....	44
<b>Gambar 3.7</b> BTS Bicara Bahasa Daerah .....	45
<b>Gambar 3.8</b> Giveaway Tokopedia di Media Sosial.....	46
<b>Gambar 3.9</b> Video Dukungan BTS Kepada GOTO Group.....	48
<b>Gambar 3.10</b> Video Ucapan BTS Terkait IPO dari GoTo Group .....	49
<b>Gambar 3.11</b> Tokopedia x BTS Trending di Twitter .....	50