

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL
NETFLIX MELALUI STUDI KASUS SERIAL HOSPITAL
PLAYLIST SEASON 2 (2021)**

SKRIPSI

Diajukan agar memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



OLEH.

KARTIKA S. BACHTIAR
NPM. 20044010082

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

**SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL NETFLIX
MELALUI STUDI KASUS SERIAL HOSPITAL PLAYLIST SEASON 2
(2021)**

Disusun oleh:

Kartika S. Bachtiar
NPM 20044010082

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Resa Rasvidah, S.Hub.Int.M.Hub.Int
NIP 198610312021212091

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL NETFLIX
MELALUI STUDI KASUS SERIAL HOSPITAL PLAYLIST SEASON 2
(2021)**

Oleh:

Kartika S. Bachtiar
NPM 20044010082

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 21 Mei 2024

Pembimbing



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

Tim Penguji,

1. **Ketua**



Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.
NPT 386021303591

2. **Sekretaris**



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

3. **Anggota**



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

**Mengetahui,
DEKAN FISIP**




Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL NETFLIX
MELALUI STUDI KASUS SERIAL HOSPITAL PLAYLIST SEASON 2
(2021)**

Bagian dan atau isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penulis, kecuali dituliskan dengan format kutipan dalam skripsi. Apabila di kemudian terbukti melakukan plagiasi, maka penulis akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 16 Mei 2024



Kartika S. Bachtiar

HALAMAN MOTTO

“You have to dream big, so that you can at least achieve half of it”

“No matter how hard it may be, the one who seeks to find the light in any situation is bound to be repaid. Don't give up!”

-Park Jongseong

ABSTRAK

Masifnya perkembangan layanan *streaming online* menjadi satu dari sekian dampak nyata dari kemajuan teknologi yang secara signifikan mempengaruhi jalannya industri hiburan dan kreatif. Di antara tingginya persaingan, Netflix merupakan layanan streaming online yang paling populer dan berhasil menarik ratusan juta pelanggan. Upaya yang dilakukan Netflix dalam mengembangkan bisnisnya di tingkat internasional adalah dengan perlahan masuk ke target pasar. Tontonan yang disajikan Netflix tidak hanya meliputi berbagai *genre*, tetapi juga diproduksi di banyak Negara. Pada tahun 2021, Netflix menayangkan drama produksi asli Korea Selatan, yaitu *Hospital Playlist 2*. Drama ini banyak dinikmati oleh masyarakat domestik dan global, serta berhasil masuk ke dalam daftar drama Korea paling populer sepanjang tahun 2021. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran internasional Netflix, khususnya dalam memasarkan serial *Hospital Playlist 2*. Strategi Netflix dalam memasarkan serial ini termasuk dalam strategi adaptasi pemasaran internasional. Strategi ini dianalisis dengan konsep bauran pemasaran 7P.

Kata kunci: *Pemasaran Internasional, Netflix, Korea Selatan, Hospital Playlist 2*

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Internasional Netflix Melalui Studi Kasus Serial Hospital Playlist Season 2 (2021)**”. Melalui kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang melimpah kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT 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. MIR, C.M.C selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Resa Rasyidah, S.Hub.Int,M.Hub.Int selaku dosen pembimbing yang telah sabar membantu dan secara konsisten memandu penulis dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh jajaran dosen Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah banyak membagikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama masa pembelajaran.
6. Kepada ibu dan saudara-saudari penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa, serta menyediakan media untuk penulis mengerjakan skripsi ini.
7. Kepada Aptania Fairuz Wardani dan Dinda Monica Valeria yang tiada henti memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis, terutama selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Ananda Nabilah Puteri yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sejak duduk di bangku sekolah.
9. Kepada Enhypen dan Jay yang membantu penulis untuk meningkatkan kepercayaan diri dan memberikan semangat untuk menuntaskan pendidikan penulis dengan baik.
10. Kepada Byeon Wooseok dan Kim Hyeyoon (Lovely Runner) yang telah menemani hari-hari penulis selama menyusun penelitian.
11. Kepada diri sendiri karena senantiasa berusaha untuk menyelesaikan segala yang telah dimulai hingga menemukan titik akhir.

Sebagai penutup, penulis memiliki harapan yang besar agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan kepada pembaca. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan luput dari kekurangan, sehingga penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun untuk membantu menyempurnakan penelitian.

Surabaya, 16 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Secara Umum.....	5
1.3.2 Secara Khusus.....	5
1.4 Kerangka Pemikiran	6
1.4.1 Strategi Pemasaran Internasional.....	6
1.4.2 Strategi Adaptasi.....	6
1.4.3 Mix Marketing 7P	7
1.4.3.1 <i>Product</i>	7
1.4.3.2 <i>Price</i>	8
1.4.3.3 <i>Place</i>	9
1.4.3.4 <i>Promotion</i>	9
1.4.3.5 <i>People</i>	10
1.4.3.6 <i>Process</i>	10
1.4.3.7 <i>Physical Evidence</i>	11
1.5 Sintesa Pemikiran	11
1.6 Argumentasi Utama.....	12
1.7 Metodologi Penelitian	13
1.7.1 Tipe Penelitian	13

1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	14
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.7.4 Teknik Analisis Data	15
1.8 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL NETFLIX, ADAPTASI UNSUR <i>PRODUCT</i>, <i>PRICE</i>, DAN <i>PLACE</i>	17
2.1 Strategi Pemasaran Internasional Netflix	17
2.2 Adaptasi Elemen <i>Product</i>	20
2.2.1 Bahasa.....	22
2.2.2 Produk dalam Negeri	23
2.2.3 Makanan Khas	26
2.2.4 Tren Populer	28
2.2.6 Kepercayaan-kepercayaan yang Dianut Masyarakat.....	30
2.3 Adaptasi Elemen <i>Price</i>	31
2.4 Adaptasi Elemen <i>Place</i>	34
BAB III ADAPTASI ELEMEN <i>PROMOTION</i>, <i>PEOPLE</i>, <i>PROCESS</i>, DAN <i>PHYSICAL EVIDENCE</i>	37
3.1 Adaptasi Elemen <i>Promotion</i>	37
3.2 Adaptasi Elemen <i>People</i>	45
3.3 Adaptasi Elemen <i>Process</i>	50
3.4 Adaptasi Elemen <i>Physical Evidence</i>	54
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perolehan Rating Hospital Playlist 2 (2021).....	3
Tabel 1.2 Sintesa Pemikiran	11
Tabel 2.1 Daftar Harga Berlangganan Paket Netflix di Korea Selatan.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Makanan Khas Korea Selatan di Hospital Playlist 2	27
Gambar 3.1 Promosi Hospital Playlist 2 di Youtube Netflix K-Content	40
Gambar 3.2 Promosi Hospital Playlist 2 di Youtube Netflix Korea	42
Gambar 3.3 Konten Promosi Hospital Playlist 2 di Instagram	43
Gambar 3.4 Konten Promosi Hospital Playlist 2 di Twitter atau X	44
Gambar 3.5 Rumah Sakit Tempat Pengambilan Gambar Hospital Playlist 2	51
Gambar 3.6 Tampilan Layar Netflix	55
Gambar 3.7 Pilihan Subtitles Netflix Saat Penayangan Hospital Playlist 2	56