

ANALISIS STRATEGI GLOBAL MARKETING DISNEY PLUS DI KOREA

SELATAN: STUDI KASUS K-DRAMA "MOVING" TAHUN 2023 - 2024

SKRIPSI

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



OLEH

STEPHANIE SHEREN SETYAWAN

NPM. 21044010122

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

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI GLOBAL MARKETING DISNEY PLUS DI KOREA
SELATAN: STUDI KASUS K-DRAMA "MOVING" TAHUN 2023 - 2024**

Disusun oleh:



Stephanie Sheren Setyawan

NPM. 21044010122

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



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

NIP. 198610312021212001

Mengetahui,

DEKAN FAK. ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



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

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI GLOBAL MARKETING DISNEY PLUS DI KOREA
SELATAN: STUDI KASUS K-DRAMA "MOVING" TAHUN 2023 - 2024

Oleh:

Stephanie Sheren Setyawan

NPM. 21044010122

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada Tanggal 11 Maret 2025

Pembimbing

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

NIP. 198610312021212001

Tim Penguji,

Ketua

1.

Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.

NPT. 386021303591

2.

Sekretaris

Firsty Chintya L.P., S.Hub.Int., M.Hub.Int

NIP. 199607222024062004

3.

Anggota

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

NIP. 198610312021212001

Mengetahui,
DEKAN FAK. ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Cahur Suratmoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stephanie Sheren Setyawan
NPM : 21044010122
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Maret 2025

Yang Membuat pernyataan



Stephanie Sheren Setyawan

NPM. 21044010122

HALAMAN MOTTO

“Whatever you do, work at it with all your heart, as working for the lord, not for men”

“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

Kolose 3:23

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran internasional Disney+ dalam memperluas jangkauan pasarnya melalui pemanfaatan budaya populer Korea Selatan. Dalam memasuki pasar Korea Selatan, Disney+ mengadopsi strategi adaptasi dengan berkolaborasi bersama mitra lokal untuk memproduksi konten yang selaras dengan budaya dan preferensi masyarakat setempat. Salah satu contoh keberhasilan strategi ini adalah serial *K-drama Moving*, yang diadaptasi dari Webtoon dan berhasil meraih 6 penghargaan di Asia Contents Awards & Global OTT Awards 2023. Serial ini mengisahkan tentang sekelompok agen intelijen yang berusaha melindungi anak-anak mereka dari potensi eksploitasi oleh pemerintah. Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran 7P untuk menganalisis penerapan strategi tersebut. Pada unsur *product*, Disney+ menghadirkan serial lokal seperti *Moving* yang mengusung cerita, bahasa, dan budaya Korea. Dari unsur *price*, Disney+ menyesuaikan tarif berlangganan dengan mata uang lokal dan menawarkan paket *bundling* serta diskon khusus. Dalam *place*, Disney+ menggandeng mitra lokal seperti LG U+, KT Mobile, dan MBC. Strategi promosi dilakukan melalui media sosial resmi Disney+ Korea (@disneypluskr). Untuk unsur *people*, Disney+ bekerja sama dengan kreator, sutradara, dan aktor Korea. Pada proses produksi, Disney+ berkolaborasi dengan tim lokal untuk memastikan kualitas dan relevansi konten. Sementara itu, pada *physical evidence*, Disney+ menyesuaikan fitur layanan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna lokal. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi berbasis budaya lokal menjadi salah satu kunci keberhasilan Disney+ di Korea Selatan.

Kata kunci: *global marketing, disney plus, korea selatan, moving*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kuasa dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “**Analisis Strategi Global Marketing Disney Plus di Korea Selatan: Studi Kasus K-Drama “Moving” Tahun 2023 - 2024**” dengan lancar. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengungkapkan terima kasih kepada semua pihak yang berperan dalam membantu penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur;
3. Bapak Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR., selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penelitian ini;
5. Ibu Firsty Chintya L.P., S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku dosen wali yang telah memberikan dedikasi, dukungan, dan perhatian penuh kepada penulis selama masa studi;
6. Kedua orang tua serta adik laki-laki saya sebagai motivasi dan *support system* utama yang selalu memberikan kasih sayang penuh, sehingga penulis dapat mencapai titik ini;
7. Zenith Christalynne Harmony Z'Hann selaku saudara dan sahabat seperjuangan penulis selama masa studi;
8. Angelina Febriola Putri, Kezia Jeditha Krisnanto, dan Gracia Medyate selaku teman-teman yang membersamai penulis selama menempuh studi di ruang-ruang kelas;
9. M. Rizky Eko Putra selaku rekan terdekat yang senantiasa menemani penulis selama menyelesaikan studi di kampus;
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas dukungan positif dan doa yang begitu berarti bagi penulis.

Sebagai penutup, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan referensi bagi para pembaca. Selain itu, penulis juga menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk membantu menyempurnakan penelitian ini.

Surabaya, 12 Maret 2025

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 GRAFIK	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Umum	8
1.3.2 Tujuan Khusus	8
1.4 Kerangka Pemikiran	8
1.4.1 Strategi <i>Global Marketing</i>	8
1.4.1.1 <i>Product</i>	11
1.4.1.2 <i>Price</i>	11
1.4.1.3 <i>Place</i>	12
1.4.1.4 <i>Promotion</i>	12
1.4.1.5 <i>People</i>	13
1.4.1.6 <i>Process</i>	13
1.4.1.7 <i>Physical Evidence</i>	14
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	17
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	17
1.7.4 Teknik Analisis Data	18
1.7.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II	20
STRATEGI GLOBAL MARKETING DISNEY+ MELALUI ADAPTASI UNSUR PRODUCT, PRICE, DAN PLACE	20

2.1 Strategi <i>Global Marketing</i> Disney+	20
2.2 Adaptasi Unsur <i>Product</i>	21
2.2.1 Bahasa Korea Selatan.....	23
2.2.2 Makanan Tradisional.....	24
2.2.3 Musik Dalam Negeri.....	26
2.3 Adaptasi Unsur <i>Price</i>	27
2.4 Adaptasi Unsur <i>Place</i>	29
BAB III	31
ADAPTASI DISNEY+ TERHADAP UNSUR PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE	31
3.1 Adaptasi Unsur <i>Promotion</i>	31
3.1.1 <i>Online Promotion</i>	31
3.1.2 <i>Offline dan Physical Promotion</i>	47
3.2 Adaptasi Unsur <i>People</i>	49
3.3 Adaptasi Unsur <i>Process</i>	54
3.4 Adaptasi Unsur <i>Physical Evidence</i>	58
BAB IV	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
4.1 Kesimpulan	60
4.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 1 Pertumbuhan Pelanggan Netflix vs Disney+ di Tahun Pertama.....	2
Grafik 1.1 2 Tren Pendapatan Disney Entertainment, <i>Direct-to-Consumer</i> , Disney+.....	3
Grafik 1.1 3 Total Jumlah Pelanggan Disney+ Tahun 2019-2024	6

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 1 Penggunaan Bahasa Korea Pada Nama Bangunan.....	23
Tabel 2.2.2 1 Representasi Makanan Tradisional Korea Selatan	24
Tabel 2.3 1 Rincian Paket Penawaran Disney+ di Korea Selatan.....	28
Tabel 2.4 1 Rincian Paket Penawaran <i>Bundles</i> Disney+ di Korea Selatan	30
Tabel 3.1.1.1 1 Konten Promosi “Moving” di Instagram Resmi @disneypluskr	32
Tabel 3.1.1.2 1 Konten Promosi “Moving” di YouTube Resmi @DisneyPlusKR.....	37
Tabel 3.1.1.3 1 Konten Promosi “Moving” di X Resmi @DisneyPlusKR	45
Tabel 3.2 1 Aktor dan Artis Pemeran Serial “Moving”	51
Tabel 3.4 1 Tampilan Layar Disney+	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.3 1 Musik Dalam Negeri di Serial "Moving"	26
Gambar 3.1.1.1 1 Akun Instagram Resmi @disneypluskr	32
Gambar 3.1.1.2 1 Akun YouTube Resmi @DisneyPlusKR.....	37
Gambar 3.1.1.2 2 <i>Short videos playlist for "Moving" di YouTube @DisneyPlusKR</i>	44
Gambar 3.1.1.3 1 Akun X (Twitter) Resmi @DisneyPlusKR	45
Gambar 3.1.2 1 Disney+ "Moving" <i>Blue Carpet & Fan Showcase</i>	47
Gambar 3.1.2 2 Disney+ <i>Limited "Moving" Pop-up Store</i>	48
Gambar 3.1.2 3 Disney+ "Moving" <i>Exclusive Illustration Books</i>	49
Gambar 3.3 1 Sampul Komik Webtoon "Moving"	55
Gambar 3.3 2 Disney+ <i>official poster of "Moving" series</i>	56
Gambar 3.3 3 "Moving" season 2 di Disney Content Showcase APAC 2024.....	57