

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah membawa budaya populer Korea Selatan dapat dijangkau oleh masyarakat global melalui konten industri kreatif seperti musik, drama televisi, film, fashion dan beberapa selebriti yang terkait. Semulanya budaya populer Korea Selatan hanya mendapatkan popularitas tinggi di Tiongkok, Taiwan, Hongkong dan beberapa negara Asia Timur dan tenggara lainnya, sehingga berita dan majalah mengakui kemajuan budaya populer Korea Selatan di wilayah Asia sebagai Korean Wave (Shim, 2006). Seiring dengan kemajuan dalam teknologi, salah satu perusahaan hiburan Korea Selatan yang memanfaatkan kesempatan tersebut adalah Pledis Entertainment. Dimana perusahaan tersebut telah berhasil menjangkau pasar musik global dengan memanfaatkan kemudahan teknologi digital. Pada tanggal 25 Mei 2020 mengumumkan bahwa pemegang saham terbesar perusahaan diakuisisi oleh HYBE Co, Ltd. salah satu pelopor industri hiburan Korea Selatan, namun Pledis Entertainment tetap mempertahankan independen labelnya (Forbes, 2020).

Bergabungnya Pledis Entertainment dengan HYBE Co, Ltd. sebagai salah satu langkah mencapai tujuannya untuk memperluas spektrum budaya populer di tingkat global. Segala kegiatan artis Pledis Entertainment telah difasilitasi oleh HYBE Co, Ltd. dari proses pembuatan sampai dengan penyebaran musik berdasarkan jaringan global

dan teknologi platform yang dimilikinya. Setelah Pledis Entertainment berada di bawah HYBE Co, Ltd., artis perusahaan tersebut membantu meningkatkan pendapatan perusahaan melalui penjualan album *boy group* Seventeen (Forbes, 2020). Dapat dilihat pada diagram 1, menunjukkan peningkatan penjualan album HYBE Co, Ltd. yang meningkat di setiap tahunnya.

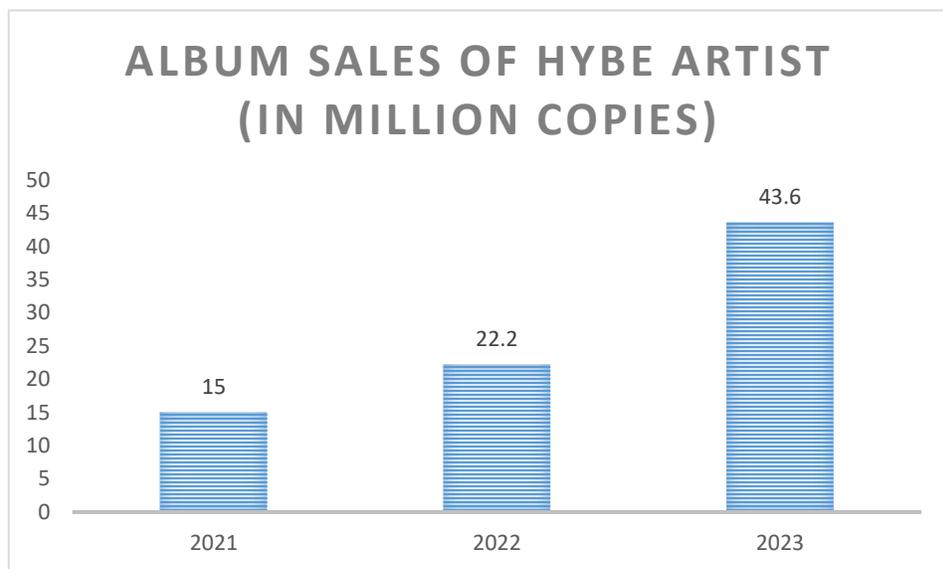


Diagram 1.1 Penjualan Album HYBE Co, Ltd.

Sumber: (HYBE Co Ltd, 2024b)

Catatan: Diagram ini dikonstruksikan ulang oleh Penulis berdasarkan sumber.

Tabel 1.1 Penjualan Album Artis HYBE Co, Ltd. Tahun 2023

No	Artist	Sales (in thousand)
1	Seventeen	15,936
2	Tomorrow X Together	6,505
3	NewJeans	4,261

4	ENHYPEN	3,882
5	JungKook	2,706
6	V	2,248
7	Le Sserafim	1,953
8	Jimin	1,746

Sumber: (HYBE Co Ltd, 2024b)

Catatan: Tabel ini dikonstruksikan ulang oleh Penulis berdasarkan sumber.

Menurut laporan keuangan yang dilakukan oleh HYBE Co, Ltd., Seventeen menjadi artis yang menyumbang penjualan tertinggi pada tahun 2023 dan penjualan terbesar baik di Korea Selatan maupun di pasar musik internasional (IFPI, 2024). Seventeen melakukan debut pada Mei 2015, Seventeen merupakan *boy group* yang beranggotakan tiga belas personel dan tiga diantaranya merupakan warga negara asing. Bergabungnya Pledis Entertainment dan Seventeen dengan HYBE Co, Ltd. memudahkan mereka untuk melakukan distribusi dan pemasaran produk musiknya di pasar musik internasional. Terlebih saat ini, HYBE Co, Ltd menjalin kemitraan dengan label rekaman internasional yaitu Geffen Records dan Universal Music Group untuk perluasan pasar musik internasional para artis dibawah labelnya (UMG, 2023).

Tabel 1.2 "17 Is Right Here" Seventeen's Album Chart

Peak Position	Chart	Country	Time Period
#1	World Album (Billboard)	Global	4 May – 25 May 2024
#3	Top Album Sales (Billboard)	Global	4 May – 18 May 2024

#4	Greek Album (IFPI)	Global	12 May – 19 May 2024
#5	Billboard 200	Global	11 May – 18 May 2024
#1	US World Album (Billboard)	United States	4 May - 18 May 2024
#1	Japanes Album	Japan	6 May – 13 May 2024
#1	Japanese Combined Albums (Oricon)	Japan	6 May – 19 May 2024
#1	South Korean Albums (Circle)	South Korea	28 April – 11 May 2024

Sumber: (Billboard, 2024b, 2024d, 2024c; Circle, 2024b; IFPI, 2024; Oricon, 2024a, 2024b)

Catatan: Tabel dikonstruksikan oleh penulis berdasarkan sumber.

Pada 29 April 2024, Seventeen merilis album antologi bernama “17 Is Right Here”. Album antologi merupakan kompilasi karya-karya terbaik mereka dari periode awal debut, hingga proses produksinya dimulai pada tahun 2015 hingga 2023 dengan penambahan sejumlah lagu baru di tahun 2024 dengan *title track* “Maestro” (Seventeen, 2024d). Album ini menggabungkan lagu yang populer dari masa debut hingga saat ini dan beberapa lagu baru mereka. Berdasarkan data dari platform perhitungan chart Circle, album “17 Is Right Here” mencatat penjualan yang tinggi dengan 2,76 copy terjual hanya dalam hari pertama perilisan, tidak hanya itu album ini juga menerima pre-order sebanyak 3,5 juta album. Prestasi penjualan yang sangat tinggi ini kemudian membuat album “17 Is Right Here” oleh Seventeen mendapatkan sertifikasi “triple million seller” dari Korean Music Content Association (KMCA) yang disahkan oleh Circle Chart (Circle, 2024). Jumlah tersebut menunjukkan bagaimana

popularitas besar yang diraih oleh Seventeen di kalangan penggemar yang tersebar di pasar musik global.

Selanjutnya, tabel 1.2 memperlihatkan pencapaian yang diperoleh dari album “17 Is Right Here” berhasil masuk dan mendominasi chart musik di berbagai negara, yang memperkuat pengaruh Seventeen dalam industri musik global. Dominasi mereka pada tangga lagu internasional mencerminkan bagaimana grup ini berhasil mempertahankan relevansi mereka terhadap pasar musik dan memperluas jaringan mereka secara global. Lagu-lagu dari album “17 Is Right Here’ dipromosikan secara intensif melalui festival, acara tv, dan tur konser. Hal tersebut menunjukkan keberhasilan strategi yang diterapkan Pledis Entertainment dalam melakukan inovasi pada produksi musiknya untuk menghadapi perubahan tren di industri musik dan memperluas jangkauan pasar musik internasional.

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas mengenai industri Kpop di dalam Hubungan Internasional yang menyoroti aspek strategi marketing dan bisnis ekonomi yang berkembang seiring dengan popularitas Korean Wave. Sebagai contoh penelitian yang berjudul *Value Chain Analysis to Identify Internet of Things Use Case in The Indonesian Pharmaceutical Industry* oleh Wendy Junaidi (2022) menggambarkan bagaimana sistem IoT dapat diimplementasikan oleh industri farmasi di Indonesia. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Saragih et al. (2024) *Celebrity Endorser and Brand Image McDonald's: Impact of Collaboration McDonald's with BTS in Indonesia* yang menggambarkan mengenai McDonald's melakukan kolaborasi

dengan Kpop idol BTS sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan jumlah pembelian. Akan tetapi terdapat penelitian yang memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu *Mapping Global Creative Value Chain for Kpop Industry: The Case of the BTS (2018-2020)* oleh Purbantina et al. (2022) yang melakukan pemetaan *global value chain* oleh Big Hit Entertainment dengan studi kasus BTS dengan beberapa produk kreatif yang telah dihasilkan grup tersebut. Dengan demikian masih terdapat ruang pembahasan mengenai industri K-Pop yang tidak hanya terbatas pada marketing dan pemasaran saja, tetapi juga pada sebuah tahapan produksi lintas batas negara.

Saat ini, industri KPop secara gencar berupaya memperluas pasar musiknya secara global. Dengan dinamika globalisasi yang terus berkembang, label perusahaan melakukan kolaborasi dengan musisi, produser, dan aktor profesional dari luar Korea Selatan untuk menjangkau serta menyesuaikan minat pasar musik internasional. Berdasarkan hal tersebut untuk tetap menjaga kebaruan penelitian, penulis akan menggunakan objek album “17 Is Right Here” oleh Seventeen sebagai studi kasus untuk menganalisis bagaimana jaringan produksi global pada produk musik. Penelitian ini berusaha mengeksplorasi implementasi *Global Value Chain* yang dilakukan Pledis Entertainment dengan kolaborasi berbagai pihak di banyak negara dan memanfaatkan jaringan global untuk menciptakan produk musik yang kompetitif di pasar musik internasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh penulis, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah utama yaitu **“Bagaimana pemetaan *Global Music Value Chain* oleh perusahaan Pledis Entertainment dengan menggunakan album musik oleh Seventeen “17 Is Right Here” Tahun 2015-2024”**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Secara umum, Penelitian ini bertujuan untuk salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) di Program Studi Hubungan Internasional, yang berada di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur. Penelitian dilakukan sebagai bentuk dari kewajiban akademik penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan mendapatkan gelar sarjana di bidang Hubungan Internasional.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

Penelitian ini bertujuan melakukan penguraian bagaimana *Global Music Value Chain* diterapkan oleh Pledis Entertainment dalam produksi album “17 Is Right Here” oleh Seventeen. Penerapan ini melibatkan aktor transnasional dan serangkaian aktivitas secara lintas batas negara. Sehingga akan diperlihatkan strategi yang digunakan Pledis Entertainment dalam mengorganisasikan rantai nilai global. Strategi ini merupakan upaya perusahaan merespons dan menyesuaikan dengan dinamika pasar musik internasional yang terus berkembang. Dengan demikian, penulis berharap penelitian

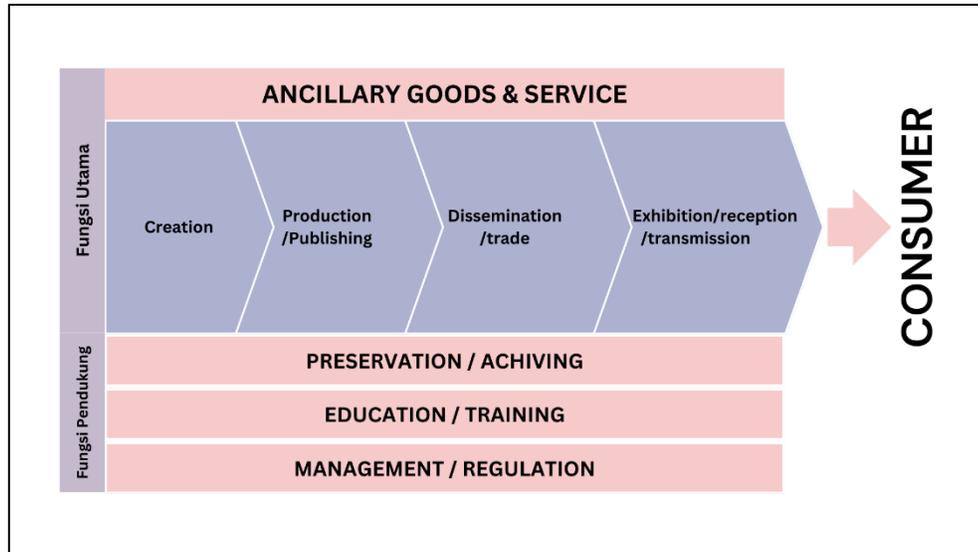
ini dapat memberikan pengetahuan baru tentang dinamika globalisasi dalam industri musik K-pop dan bagaimana perusahaan seperti Pledis Entertainment beradaptasi dengan tren global.

1.4 Kerangka Berfikir

1.4.1 Global Value Chain

Garry Gereffi berpendapat bahwa globalisasi telah menciptakan era baru dalam persaingan ekonomi internasional yang secara signifikan mengubah struktur industri menjadi *Global Value Chain* (GVC). Menurut Gereffi, *Global Value Chain* merupakan jaringan proses produksi yang melibatkan lintas batas negara dalam setiap tahapan, mulai dari pengolahan barang mentah hingga menjadi produk akhir (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016). Proses ini utamanya berfokus kepada pada sektor manufaktur, namun ketika diterapkan pada industri kreatif konsep *Global Value Chain* oleh Gereffi membutuhkan konsep pendukung untuk memahami dinamika sektor tersebut. Pada setiap tahapan produksi dalam rantai nilai global, Gereffi menyoroti adanya potensi besar untuk kolaborasi serta kerjasama berbagai aktor perusahaan lintas batas negara (Gereffi et al., 2005). Dapat dilihat bahwa globalisasi telah membuka peluang untuk kerjasama transnasional sebagai strategi dalam mengoptimalkan produksi dengan skala global.

1.4.2 Global Creative Value Chain



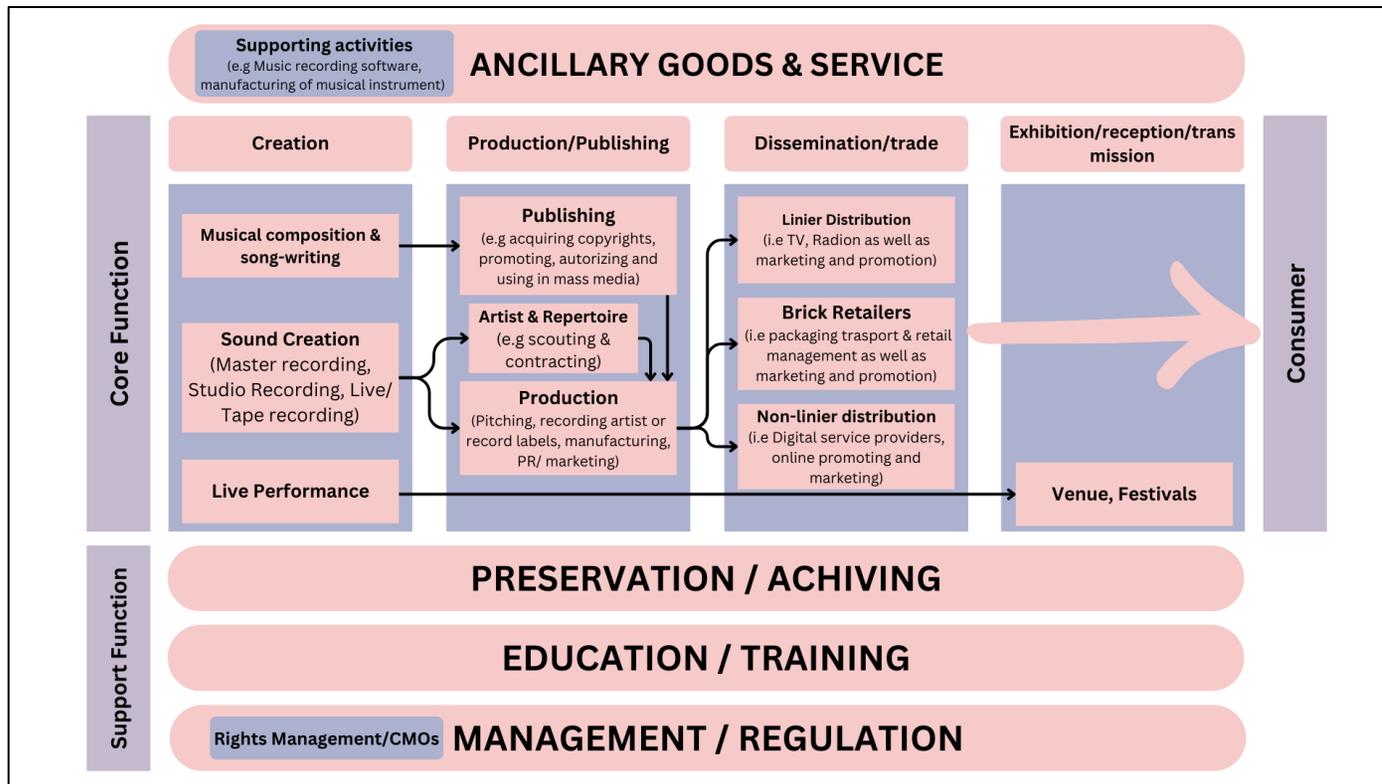
Gambar 1.1 Global Creative Value Chain

Sumber: (De Voldere et al., 2017)

Catatan: Gambar model diolah oleh penulis berdasarkan sumber.

Konsep *Global Creative Value Chain* memiliki persamaan makna secara garis besar dengan *Global Value Chain* yang dikemukakan oleh Gereffi, yaitu berupa rangkaian aktivitas produksi yang saling terhubung pada setiap tahapan sebelum produk mencapai konsumen akhir (De Voldere et al., 2017, p. 35). Selanjutnya, Voldere juga menyatakan bahwa konsep *Global Value Chain* tidak hanya terbatas pada produk dari industri manufaktur, melainkan dapat diaplikasikan untuk produk industri kreatif maupun budaya sesuai jenis sektor kreatif masing-masing (De Voldere et al., 2017). Dalam konteks industri kreatif, setiap tahapan produksi akan *membentuk global value chain* yang serupa dengan industri manufaktur.

1.4.3 Global Music Value Chain



Gambar 1.2 Model Music Value Chain

Sumber: (De Voldere et al., 2017)

Catatan: Gambar model diolah oleh penulis berdasarkan sumber.

Konsep *Music Value Chain* merupakan turunan dari *Global Creative Value Chain* oleh De Voldere yang menjabarkan serangkaian aktivitas pada produksi, distribusi, dan pemasaran yang melibatkan unsur lintas batas negara yang berfokus pada produk musik (De Voldere et al., 2017, p. 133). Industri musik menyertakan berbagai pihak dalam proses penambahan *value*, mulai dari musisi, penulis lagu, komposer, label rekaman, penerbit musik, sektor pertunjukan dan penyelenggara konser, serta lembaga kolektif yang bertanggung jawab atas pengelolaan hak cipta karya dan penampilan musik. Dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi, proses produksi musik kini dapat dilakukan secara lebih mudah melalui jejaring internet dan peralatan elektronik modern. Kemudian terdapat kepentingan dalam mengelola produk musik dan terdapat tuntutan bagi para pelaku musik harus mampu menyesuaikan produk mereka dengan target pasar serta mengikuti tren yang dinamis. De Voldere (2017) telah mengategorikan tahapan-tahapan dalam *Music Value Chain* menjadi dua fungsi, yaitu *core function* dan *support function* yang memiliki peran penting masing-masing.

1.4.3.1 Core Function

De Voldere (2017) *core function* dalam *Music Value Chain* adalah aktivitas utama dalam proses pembuatan produk musik. Pada *core function*, Voldere membagi menjadi empat tahapan yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan eksibisi. Tahap **kreasi** merupakan langkah awal dalam proses pengembangan musik dimulai dari penulisan gagasan ide yang mencakup komposisi musik, penulisan lirik lagu, pembuatan suara,

rekaman musik, dan mastering. Pada tahap ini, aktor-aktor seperti komposer, musisi, dan penulis lirik lagu memainkan peran penting. Mereka bekerja sama dan berkolaborasi untuk menciptakan produk musik yang siap diproduksi (De Voldere et al., 2017).

Setelah tahap kreasi, produk musik akan memasuki tahap **produksi** di mana berbagai aktor berperan penting seperti artis, produser, editor, agensi serta tim pendukung yang menangani aspek teknis selama proses produksi musik. Selanjutnya adalah tahap **distribusi**, yang mencakup semua aktivitas penyebaran produk musik yang telah selesai diproduksi. Pada tahap ini, agensi atau label rekaman bertanggung jawab atas aktivitas penyiaran dan penyebaran produk musik, baik dalam bentuk fisik atau digital musik (De Voldere et al., 2017). Agensi dan label rekaman akan memanfaatkan berbagai platform digital (Tidal, iTunes, YouTube, dan Spotify) untuk menjangkau pendengar yang lebih luas serta pasar musik global (De Voldere et al., 2017).

Tahapan terakhir dalam proses produksi adalah tahap **eksibisi**, berfungsi sebagai sarana promosi dan memperkenalkan musik serta artis ke pasar yang lebih luas. Pada tahap ini, produk musik dipromosikan melalui berbagai acara dan media seperti siaran radio, TV, *fanmeeting*, penampilan langsung, dan pelaksanaan konser sehingga produk musik dapat bersaing dengan karya-karya lain di industri musik (De Voldere et al., 2017). Selain itu, penggunaan media sosial juga memainkan peran penting dalam menjangkau audiensi global secara lebih efektif. Setiap tahapan, mulai dari kreasi

hingga ekshibisi saling terhubung dan memberikan nilai tambah dari satu tahap ke tahap lainnya. Hubungan ini menciptakan strategi yang krusial untuk memastikan kesuksesan musik di pasar global dengan memperkuat interaksi antar aktor pelaku produksi dan audiensi, sehingga produk musik dapat menjangkau lebih besar pendengar di seluruh dunia.

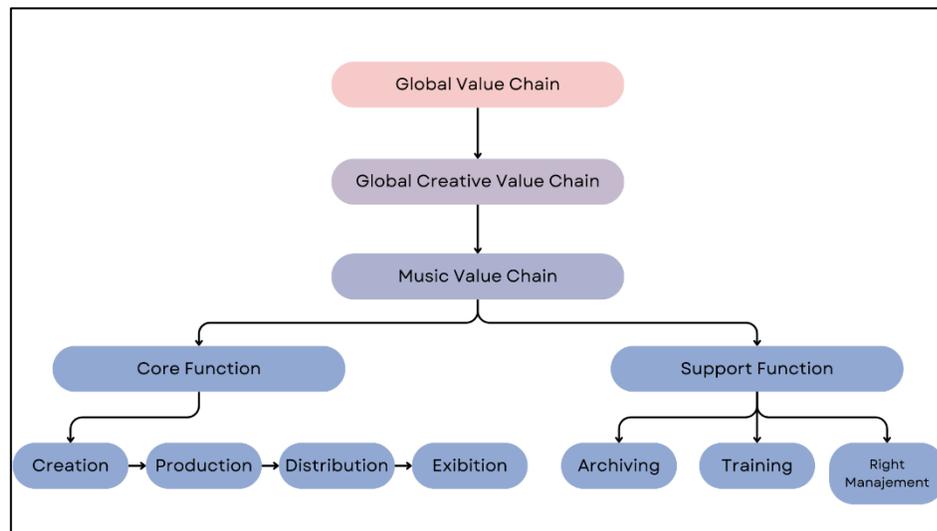
1.4.3.2 Support Function

Support Function dalam industri musik mencakup segala kegiatan yang menjadi fasilitas pendukung proses produksi, distribusi, dan promosi produk musik secara global (De Voldere et al., 2017). De Voldere membagi *support function* ini menjadi tiga klasifikasi, yaitu pemeliharaan/arsip, pelatihan, dan manajemen hak cipta penggunaan karya musik. Fungsi pertama, **pemeliharaan atau arsip** berkaitan dengan penyimpanan produk musik, baik secara digital seperti Apple Music, Youtube, dan Spotify dan fisik seperti CD dan Kit. Penyimpanan ini penting untuk memastikan aksesibilitas dan kelangsungan karya musik di masa mendatang.

Fungsi kedua, **pelatihan** berfokus pada kegiatan pengembangan keahlian para aktor yang terlibat dalam proses produksi, ini bertujuan untuk penjagaan serta melakukan peningkatan kualitas musik yang dihasilkan melalui pelatihan berkelanjutan bagi musisi, produser, artis dan tim lainnya. Terakhir adalah fungsi **manajemen hak cipta**, berkaitan dengan pengelolaan regulasi hak cipta musik serta hak dalam penggunaan dan penyebaran suatu produk musik. Selain label rekaman, perusahaan manajemen artis juga berperan penting dalam memastikan semua aspek

teknis dapat berjalan lancar dan terpenuhi. Fungsi ini sangat penting karena saling berhubungan dengan fungsi utama dan membantu memastikan bahwa semua aktor yang terlibat pada proses produksi mendapatkan keuntungan yang adil dari karya musik mereka.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.3 Sintesa Pemikiran Penelitian
Sumber: Penulis

Berdasarkan sintesa pemikiran di atas, penulis mengadopsi konsep *Global Value Chain* sebagai kerangka konsep utama yang digunakan untuk menjelaskan proses nilai dalam industri, yang kemudian didukung oleh *Global Creative Value Chain* sebagai konsep spesifik untuk produk-produk di industri kreatif. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan konsep *Global Creative Value Chain* dengan fokus pada sub sektor musik melalui turunan konsep yang disebut *Music Value Chain*, yang akan diterapkan dalam skala global atau dikenal sebagai *Global Music Value Chain*. Konsep

Global Music Value Chain ini kemudian dibagi menjadi dua fungsi yang memetakan tahapan pembuatan produk musik. Pertama *Core Function* yang mencakup empat tahapan penting dalam *value chain* musik terdiri atas tahapan kreasi, produksi distribusi dan ekshibisi. Kedua *Support Function*, yang mencakup segala bentuk aktivitas-aktivitas pendukung untuk menjaga dan memaksimalkan nilai produk musik, seperti pemeliharaan atau pengarsipan karya musik, pelatihan keterampilan bagi musisi, serta manajemen hak cipta yang memastikan perlindungan hukum atas karya musik.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan yang telah dipaparkan di atas, penulis berargumen bahwa Pledis Entertainment menjalankan kolaborasi lintas batas negara dalam proses pembuatan produk album “17 Is Right Here”. Pada tahap *core function* yang mencakup tahap kreasi dan produksi yang melibatkan musisi, produser, komposer, studio, berbagai negara, seperti Swedia, Inggris, China, Amerika Serikat, dan Australia. Kemudian terdapat pihak pemasaran dari Amerika Serikat yaitu Geffen Records dan UMG. Selanjutnya terdapat beberapa aktivitas ekshibisi dengan melakukan konser di Amerika Latin, Jepang, Thailand, Indonesia dan penayangan beberapa film mengenai konser di bioskop seperti “Seventeen Concert Power Of Love” dan “Follow ‘Again’ to Cinemas”.

Di bagian *support function* Pledis Entertainment juga terlibat dalam kerjasama lintas negara, terutama dalam hal pemeliharaan dan pengarsipan produk musik, contohnya pengarsipan dilakukan melalui platform digital internasional seperti Tidal dari Norwegia dan Pandora Music yang berbasis di California. Selain itu terdapat

pengarsipan album secara visual dengan film yang tersedia platform Vidio dan DisneyPlus. Dalam mengelola hak cipta, Pledis bekerja sama dengan berbagai lembaga musik internasional diantaranya Swedish Collective Management Organization For Music Creators and Publishers (STIM), PRS for Music (PRS), American Society Of Composer, Authors, and Publisher (ASCAP), Broadcast Music Inc (BMI), Australian Performing Right Association (APRA). Keterlibatan aktor internasional dan kerjasama transnasional yang dilakukan oleh Pledis Entertainment pada album “17 Is Right Here” menunjukkan bahwa kegiatan tersebut merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk melakukan memasuki dan memperluas pasar musik global.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu tipe penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi, baik secara alami maupun yang disebabkan oleh interaksi manusia. Fenomena yang diteliti dapat berupa hubungan, perubahan, aktivitas, ciri-ciri, dan perbedaan antara satu peristiwa dengan yang lain (Sukmadinata, 2005). Penelitian deskriptif berfokus pada penyelidikan suatu keadaan, kondisi, peristiwa dengan hasil yang dijelaskan secara rinci dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 1992). Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini akan menggambarkan strategi Pledis Entertainment dalam menambah nilai global pada album “17 Is Right Here” oleh Seventeen dapat dijelaskan menggunakan kerangka *Global Music Value Chain* dengan menggunakan data sekunder sehingga dapat

memberikan struktur analisis untuk memahami bagaimana setiap tahapan dalam produksi musik berkontribusi pada penciptaan nilai di pasar global.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Dalam upaya membatasi fokus pembahasan penelitian ini, penulis menetapkan periode waktu yang dimulai dari tahun 2015, yaitu sejak peluncuran lagu debut Seventeen yang berjudul “Adore U”. Batas akhir periode penelitian ini ditentukan hingga proses ekshibisi album “17 Is Right Here” yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2024. Pembatasan ini dimaksudkan untuk memfokuskan analisa pada periode penting yang dimulai dari tahap produksi lagu-lagu di album “17 Is Right Here” oleh Seventeen. Penelitian ini akan menyoroti strategi yang diimplementasikan oleh Pledis Entertainment, mulai dari tahap produksi hingga tahap distribusi karya musik tersebut. Dengan demikian, penelitian akan memberikan gambaran jelas mengenai strategi yang digunakan oleh Pledis Entertainment.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, pada penelitian ini penulis menggunakan studi Pustaka, menurut Mestika Zed (2008) penelitian studi pustaka merupakan metode pengumpulan data melalui berbagai literatur tanpa memerlukan riset langsung di lapangan. Data digunakan tidak terbatas pada buku, tetapi juga mencakup jurnal, surat kabar, dokumentasi, situs web dan yang relevan dengan topik utama. Metode ini membantu penulis untuk mendapatkan data-data yang sukar untuk diakses secara langsung, sehingga membatu memungkinkan untuk mendapatkan informasi lebih

komprehensif. Melalui studi pustaka, penulis menggunakan data yang didapatkan dari berbagai sumber, seperti album fisik “17 Is Right Here”, situs resmi perusahaan Pledis Entertainment dan HYBE Co, Ltd., KOMCA, press conference, wawancara, berita, dan sumber yang relevan dengan topik penelitian. Sehingga studi pustaka memberikan fondasi kuat bagi analisis yang akan dilakukan di penelitian ini.

Tabel 1.3 Sumber Data

No	Jenis Data	Sumber
1	Core Function	(HYBE Co Ltd, 2024c; KOMCA, 2024; Seventeen, 2024d; Seventeen Japan Official, 2024; Seventeen Shop US, 2024; UMG, 2023), Twitter, Instagram, Youtube, Weverse.
2	Support Fuction	(Jam Republic The Agency, 2024b; KOMCA, 2024; Seventeen, 2024d), Youtube Seventeen, Twitter

Sumber: Penulis

1.7.4 Teknik Analisis Data

John w. Creswell (2018) menjelaskan bahwa analisis kualitatif merupakan suatu pendekatan yang dirancang untuk memahami fenomena secara komprehensif melalui pengumpulan berbagai sumber dan interpretasi data non-numerik. Studi kasus merupakan eksplorasi terhadap suatu fenomena yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan secara mendalam sesuai dengan konteksnya (Creswell, 2018). Dalam analisis ini, penting untuk melibatkan pemahaman arti yang diberikan oleh suatu individu atau golongan terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Oleh karena itu, penulis menerapkan analisis data kualitatif untuk membantu mendalami peristiwa yang terjadi dalam rantai nilai global yang dilakukan oleh Pledis Entertainment. Dengan

menggunakan pendekatan ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran mengenai strategi yang dilakukan Pledis Entertainment dalam beroperasi dan berinteraksi untuk melakukan produksi karya musik secara global menggunakan album “17 Is Right Here” oleh Seventeen sebagai studi kasus utama, sehingga dapat menghasilkan produk musik yang dapat diterima di pasar musik internasional.

1.7.5 Sistematika Penulisan

BAB I berisi mengenai pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, metodologi penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II menjelaskan aspek *core function* yang mencakup empat tahapan dalam proses pembuatan album “17 Is Right Here” oleh Seventeen, yaitu kreasi, produksi, distribusi dan ekshibisi. Setiap tahapan akan dijabarkan secara rinci untuk menunjukkan kontribusi masing-masing terhadap keseluruhan proses pembuatan serta distribusi karya musik. Dengan begitu, akan terlihat bagaimana setiap tahapan saling berhubungan dan berperan penting dalam kesuksesan produk musik ini

BAB III membahas aspek *support function* yang meliputi penyimpanan dan pengarsipan, pelatihan, dan manajemen hak cipta dalam album “17 Is Right Here” oleh Seventeen. Aspek-aspek pendukung ini memainkan peran penting dalam menjaga keberhasilan dan keberlanjutan karya musik. Sehingga akan memberikan pemahaman bagaimana fungsi ini berkontribusi terhadap kelancaran proses distribusi dan memastikan album dapat bertahan lama di pasar global.

BAB IV akan ditutup dengan kesimpulan dari hasil analisis *core function dan support function* yang telah dijelaskan. Selain itu, penulis akan memberikan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.