

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai pemetaan *Global Music Value Chain* pada album “Golden” Jungkook menunjukkan bahwa setiap tahap produksinya telah melibatkan berbagai aktor lintas batas negara yang berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah serta memperluas jangkauannya di pasar musik global. Penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kim & Ho Kwon (2022), yang membahas mengenai sistem produksi musik, pertunjukan, dan strategi pemasaran industri musik Korea Selatan. Selain itu, penelitian oleh Purbatina et al. (2022) yang memetakan *Global Creative Value Chain* yang diterapkan Big Hit Entertainment melalui BTS, memberikan wawasan mengenai konsep *value chain* dalam industri musik Korea Selatan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada studi kasus yang digunakan, yaitu album “Golden” Jungkook yang menunjukkan adanya pergeseran strategi produksi musik yang diterapkan, dimana hampir secara keseluruhan proses kreatifnya hanya melibatkan musisi dan penulis lagu internasional. Hal ini berbeda dengan strategi produksi musik yang kerap digunakan oleh industri K-pop, yang umumnya masih mengandalkan produser dan penulis lagu domestik atau menjalin kolaborasi dengan musisi asing hanya pada tahap tertentu. Dengan fokus pada studi kasus album “Golden”, penelitian ini menggunakan konsep *Global Music Value Chain* dalam memaparkan kolaborasi yang terjalin antara musisi, penulis lagu, produser, perusahaan rekaman, hingga platform distribusi global yang

berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah dan memperluas daya saing produk di pasar internasional.

Penelitian ini menunjukkan adanya dominasi keterlibatan aktor non-Korea Selatan dalam setiap aktivitas *core function* dan *support function* pada album “Golden” Jungkook. Big Hit Music bersama dengan HYBE Corporation sebagai induk perusahaan, telah berupaya untuk memperluas jangkauan globalnya melalui penerapan *outsourcing* kreativitas dalam upaya menciptakan karya musik yang ditujukan menjadi megahit global. Album “Golden” yang seluruh lagunya ditulis dalam bahasa Inggris oleh musisi internasional, mencerminkan orientasi pasar internasional HYBE Corporation serta upayanya untuk memperluas jangkauan audiens di luar Korea Selatan. Selain itu adanya kerjasama yang dilakukan oleh HYBE Corporation bersama Universal Music Group sebagai mitra distribusi global memungkinkan album “Golden” untuk didistribusikan secara luas dalam menjangkau pasar musik internasional.

#### **4.2 Saran**

Penelitian ini telah mengkaji bagaimana konsep *Global Music Value Chain* diterapkan dalam proses pembuatan album “Golden” Jungkook, dengan menekankan aspek lintas batas dalam setiap tahapnya. Namun, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Untuk memperkaya kajian mengenai GMVC, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut terkait penerapan strategi ini terhadap pola konsumsi musik internasional, khususnya dalam hal preferensi audiens terhadap artis K-pop

yang merilis lagu dalam bahasa Inggris. Selain itu, penelitian mengenai kerja sama antara perusahaan hiburan Korea Selatan dengan label musik global seperti Universal Music Group, juga dapat dilakukan guna memberikan wawasan yang lebih komperhensif untuk mengetahui daya saing K-pop di industri musik internasional.