

**STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG ELECTRONICS MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSEMENT FIGUR K-POP “BTS” DI INDONESIA TAHUN 2020-2024
STUDI KASUS: PRODUK PONSEL DAN AKSESORI**

SKRIPSI



Oleh:

SANIYYAH PUTRI RAMADHAN

NPM. 21044010080

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG ELECTRONICS MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSEMENT FIGUR K-POP "BTS" DI INDONESIA TAHUN 2020-2024
STUDI KASUS: PRODUK PONSEL DAN AKSESORI**

SKRIPSI



Oleh:

SANIYYAH PUTRI RAMADHAN

NPM. 21044010080

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG ELECTRONICS MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSEMENT FIGUR K-POP “BTS” DI INDONESIA TAHUN 2020-2024
STUDI KASUS: PRODUK PONSEL DAN AKSESORI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh:

SANIYYAH PUTRI RAMADHAN

NPM. 21044010080

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saniyyah Putri Ramadhan
NPM : 21044010080
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, 15 Mei 2025

Yang membuat pernyataan


MATERAI
TEMPEL
69023AMX338060582
Saniyyah Putri Ramadhan
NPM. 21044010080

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG ELECTRONICS MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSEMENT FIGUR K-POP "BTS" DI INDONESIA TAHUN 2020-2024
STUDI KASUS: PRODUK PONSEL DAN AKSESORI**

Disusun oleh:



Sanivyah Putri Ramadhan
NPM. 21044010080

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



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

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG ELECTRONICS MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSEMENT FIGUR K-POP "BTS" DI INDONESIA TAHUN 2020-2024
STUDI KASUS: PRODUK PONSEL DAN AKSESORI

Oleh:

Saniyyah Putri Ramadhan
NPM. 21044010080

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 14 Mei 2025

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji,

1. Ketua



Rasvidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001


Adiasri Putri Purbantina, Ph.D
NPT. 386021303591

2. Sekretaris


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

3. Anggota


Resa Rasvidah, 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

HALAMAN MOTTO

“be in the sky but still have your feet on the ground” - @/onyourm_ark

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dedicated to myself – for having the strength to begin, the courage to continue, and the heart to finish. For every sleepless night and every moment I chose to keep going when giving up seemed easier, this is for you.

To my beloved parents, whose unconditional love and tireless support have been the pillars of my journey — thank you for every sacrifice and prayer.

To my dearest Oma, whose endless prayers and gentle words have always wrapped me in comfort — your faith in me has been a guiding light.

To Atok, Aki, and Nenek in heaven — your love still echoes in my heart, and I hope this small achievement brings a smile to your souls above.

And to every friend and mentor who walked beside me, offering light in moments of darkness — your kindness will never be forgotten.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Global Samsung Electronics Menggunakan Celebrity Endorsement Figur K-Pop “BTS” Di Indonesia Tahun 2020-2024 Studi Kasus: Produk Ponsel Dan Aksesori”** dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Bapak Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, M.IR., selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, serta tenaganya untuk memberikan bimbingan, serta saran dalam setiap proses penelitian yang Penulis lakukan;
5. Ibu Januari Pratama Nurratri T., S.IP., M.MECAS, selaku dosen wali yang telah memberikan dedikasi, dukungan, dan perhatian penuh kepada penulis selama masa studi;
6. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan Penulis;
7. Aprillia Nursafitri, Ayunda Roliana Dewi, Almira Aida Shakira, selaku teman-teman seperjuangan Penulis yang membersamai serta memberikan dukungan kepada Penulis selama proses penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman kos penulis yang selalu menemani penulis selama menempuh studi di Surabaya;

9. Jeong Yuno yang selalu menjadi *moodbooster* penulis selama penulis menulis skripsi ini;
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 karya skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi tambahan bagi para pembaca. Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 15 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Umum	9
1.3.2 Tujuan Khusus	10
1.4 Kerangka Pemikiran	10
1.4.1 Global Marketing Strategy dalam Industri Smartphone	10
1.4.2 Marketing Mix Strategy dalam Industri Smartphone	13

1.4.3 Celebrity Endorsement.....	16
1.5 Sintesa Pemikiran.....	19
1.6 Argumen Utama	20
1.7 Metodologi Penelitian	20
1.7.1 Tipe Penelitian	20
1.7.2 Jangkauan Waktu Penelitian	21
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	22
BAB II.....	24
STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG INDONESIA PADA CABANG BISNIS PONSEL DAN AKSESORI BERSAMA CELEBRITY ENDORSER BTS: ANALISIS ELEMEN PRODUCT DAN PLACE.....	24
2.1 Product	24
2.2 Place	32
2.3 Analisis Strategi Pemasaran Samsung Indonesia Berdasarkan Elemen Product dan Place	33
BAB III	37
STRATEGI PEMASARAN GLOBAL SAMSUNG INDONESIA PADA CABANG BISNIS PONSEL DAN AKSESORI BERSAMA CELEBRITY ENDORSER BTS: ANALISIS ELEMEN PRICE DAN PROMOTION	37
3.1 Price	37
3.2 Promotion.....	41
3.3 Analisis Strategi Pemasaran Samsung Indonesia Berdasarkan Elemen Price dan Promotion	72
BAB IV	74
KESIMPULAN	74

4.1 Kesimpulan	74
4.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Volume Pengiriman Ponsel secara Global	2
Grafik 1.2 Jumlah Pengguna Ponsel Pintar Terbanyak Menurut Negara-Negara Terkemuka	3
Grafik 1.3 Dampak Industri Hiburan Korea terhadap Konsumsi Penggemar	5
Grafik 1.4 Sejarah Pendapatan Samsung Berdasarkan Kolaborasi dengan Idola K- Pop pada Periode 2019-2024	6
Grafik 1.5 Sejarah Pendapatan Samsung Berdasarkan Tahun dan Idola K-Pop yang Berkolaborasi pada Tahun Tersebut.....	7

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Product dan Place (BTS Edition vs Non-BTS Edition)	35
Tabel 3.2 Perbandingan Harga dan Nilai Tambah Produk Samsung Reguler dengan Produk Samsung BTS Edition	39
Tabel 3.3 Promosi Samsung bersama BTS pada Tahun 2020	43
Tabel 3.4 Promosi Samsung bersama BTS pada Tahun 2021	53
Tabel 3.5 Promosi Samsung bersama BTS pada Tahun 2022	69
Tabel 3.6 Promosi Samsung bersama BTS pada Tahun 2023	70
Tabel 3.7 Promosi Samsung bersama BTS pada Tahun 2024	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sintesa Pemikiran	19
Gambar 2.1 Produk Samsung BTS Edition	26
Gambar 2.2 Laman Pre-Order pada Situs Resmi Samsung Indonesia	33
Gambar 3.1 Unggahan Instagram Samsung Indonesia yang Mengungkapkan BTS sebagai Samsung Galaxy Partners	42
Gambar 3.2 Unggahan Samsung Indonesia Pre-Order Produk Kolaborasi Samsung dengan BTS	44
Gambar 3.3 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung GalaxyXBTS dengan Luna Maya	45
Gambar 3.4 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Samsung Event BTS	46
Gambar 3.5 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Galaxy Z Fold 2	47
Gambar 3.6 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Galaxy Buds ...	48
Gambar 3.7 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Galaxy Note 20 4G	49
Gambar 3.8 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Memenangkan CES Awards	51
Gambar 3.9 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Event Samsung Unpacked	52
Gambar 3.10 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Behind The Scene Samsung Unpacked with BTS	53
Gambar 3.11 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy S21 Ultra pada Bulan Januari.....	55
Gambar 3.12 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy Buds Pro.....	56
Gambar 3.13 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy S21 Ultra pada Bulan Februari.....	57
Gambar 3.14 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy S21 Series pada Bulan Februari	58

Gambar 3.15 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy Buds Pro pada Bulan April	60
Gambar 3.16 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Fitur Unggulan Samsung Galaxy S21 pada Bulan Juni	61
Gambar 3.17 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Campaign Samsung Unpacked & Unfold Challenge pada Bulan Agustus.....	63
Gambar 3.18 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promo Samsung Galaxy Z Flip 3, dan Galaxy Z Fold 3 pada Bulan Agustus	64
Gambar 3.19 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Penawaran Personalize Galaxy Z Flip 3 Cover Screen dengan Video BTS dan Penawaran Limited Edition BTS Photocard	65
Gambar 3.20 Unggahan Instagram Samsung Indonesia Promosi Samsung Galaxy Z Flip, Galaxy Note 20, Galaxy S21, Galaxy S20 FE, Galaxy Buds+ pada Bulan Oktober.....	66
Gambar 3.21 Unggahan X Samsung Indonesia Promo Samsung Galaxy Z Flip, Galaxy Note 20, Galaxy S21, Galaxy S21 Ultra, Galaxy S20 FE, & Galaxy Buds+	67
Gambar 3.22 Unggahan X Samsung Indonesia Promo Bundling Produk dengan BTS Photocard Limited Edition.....	68

ABSTRAK

Samsung Electronics Co., Ltd. merupakan perusahaan teknologi raksasa asal Korea Selatan yang berhasil memimpin puncak pasar global industri smartphone. Keberhasilan yang diraih oleh Samsung tentunya tidak lepas dari pengaruh strategi pemasaran global yang dijalankan oleh Samsung sebagai perusahaan multinasional asing untuk dapat menembus pasar Indonesia. Pesatnya perkembangan budaya Korea Selatan di Indonesia cenderung membuat keberadaannya diterima secara positif oleh publik, bahkan hingga menyebabkan fenomena “Korean Wave”. Besarnya dampak Korean Wave di Indonesia membuat budaya Korea Selatan banyak diimplementasikan untuk mempromosikan produk di berbagai sektor kehidupan, salah satunya ponsel pintar (smartphone). Samsung menjadi salah satu perusahaan yang memanfaatkan dampak Korean Wave ini untuk mempromosikan produknya. Penelitian ini menelaah strategi pemasaran global Samsung Electronics di Indonesia yang memanfaatkan fenomena dan tren global Korean Wave, melalui kerja sama celebrity endorsement yang dilakukan Samsung bersama dengan figur K-Pop Bangtan Sonyeondan (BTS) di Indonesia pada tahun 2020 hingga tahun 2024. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dan menggunakan teori global marketing strategy, marketing mix, dan celebrity endorsement. Penelitian ini menemukan bahwa Samsung giat melakukan promosi bersama dengan BTS sepanjang tahun 2020 hingga tahun 2024. Samsung banyak melakukan promosi melalui media sosial dan juga menyediakan bonus khusus kepada pelanggan dalam pembelian ponsel tertentu.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Global, Samsung, Korean Wave