

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *HONKAI: STAR RAIL*
DALAM PENETRASI PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024**

SKRIPSI



OLEH

SEPTIAN NURUL ISTIOFAROH
NPM. 21044010114

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

**SURABAYA
2025**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *HONKAI: STAR RAIL* DALAM
PENETRASI PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024**

SKRIPSI

**Diajukan agar memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial,
Budaya, dan Politik**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH

SEPTIAN NURUL ISTIQFAROH

NPM. 21044010114

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

**SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *HONKAI: STAR RAIL* DALAM
PENETRASI PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024**

Disusun oleh:

Septian Nurul Istiqfaroh

NPM. 21044010114

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Resa Rasvidah, 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

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *HONKAI: STAR RAIL* DALAM PENETRASI
PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024

Oleh:

Sentian Nurul Istiofaroh

NPM. 21044010114

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 24 Juni 2025

Pembimbing

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

NIP 198610312021212001

Tim Penguji,

Ketua

Adiasri Purbantina, Ph.D.

NPT 386021303591

Sekretaris

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

NIP 198610312021212001

Anggota

Megahnanda Alidva K., S.IP., M.I.P. NIP.
198611062021212003

Mengetahui,
DEKAN FISIBP

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

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septian Nurul Istiqfaroh

NPM : 21044010114

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 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, 18 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Septian Nurul Istiqfaroh

NPM. 21044010114

HALAMAN MOTTO

「一至是，工程已毕，言尽于此。」

“...And now, the objective is complete. That is all.” -Anaxagoras

“There is no banquet in this world that doesn’t come to an end.” -Hua Cheng

HALAMAN PERSEMBAHAN

*This thesis is dedicated to myself; for the tears, the sleepless nights, and my self existential crisis moments. The times when to end everything seemed the only way.
Thank you for keep surviving.*

Also, to my dearest parents; all those clueless times, never ending support, and the arguments. Thank you will never be enough, I hope there is a way to convey how grateful I am to have Mama and Ayah by my side. May the universe always gives its gentle embrace to the both of you.

Lastly, my cherished in real life and online X friends. Thank you for giving so much new colors to my dull life. Meeting and knowing every one of you is my greatest moment in life. May all of you will always be surrounded by the good things and laughter.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *HONKAI: STAR RAIL* DALAM PENETRASI PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024** 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. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis;
6. Teman-teman dekat penulis, baik selama kuliah maupun teman-teman *online X*, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis;
7. *MXTX* dan *Meatbun Doesn't Eat Meat*, atas karya-karya fantastisnya yang membantu penulis tetap waras;
8. BTS, atas lagu-lagunya yang memberi kekuatan penulis untuk terus maju serta;
9. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

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, 18 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
LEMBAR PERSETUJAN	iv
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN <i>HONKAI: STAR RAIL</i> DALAM PENETRASI PASAR GAME JEPANG TAHUN 2023-2024.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Secara Umum	10
1.3.2 Secara Khusus	11
1.4 Kerangka Pemikiran	11
1.4.1 Strategi Pemasaran Global	11
1.4.2 Strategi Adaptasi	12
1.4.3 <i>Marketing Mix 7Ps</i>	14
1.4.3.1 <i>Product</i>	15
1.4.3.2 <i>Price</i>	16
1.4.3.3 <i>Promotion</i>	17
1.4.3.4 <i>Place</i>	17
1.4.3.5 <i>People</i>	18
1.4.3.6 <i>Process</i>	18
1.4.3.7 <i>Physical Evidence</i>	19

1.5 Sintesa Pemikiran	20
1.6 Argumen Utama	20
1.7 Metodologi Penelitian.....	21
1.7.1 Tipe Penelitian	21
1.7.2 Jangkauan Waktu Penelitian	22
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	23
1.7.5 Sistematika Penulisan	23
BAB II.....	25
STRATEGI PEMASARAN GLOBAL <i>HONKAI: STAR RAIL</i>	25
ADAPTASI ELEMEN <i>PRODUCT, PRICE, PLACE, DAN PROMOTION</i>....	25
2.1 Adaptasi Elemen <i>Product</i>	25
2.1.1 Bahasa	28
2.2.2 Representasi sejarah dan mitologi Jepang	30
2.2.3 Analisis Adaptasi Elemen <i>Product</i>	35
2.2 Adaptasi Elemen <i>Price</i>	37
2.2.1 Analisis Adaptasi Elemen <i>Price</i>	39
2.3 Adaptasi Elemen <i>Place</i>	40
2.3.1 Analisis Adaptasi Elemen Place	41
2.4 Adaptasi Elemen <i>Promotion</i>	42
2.4.1 Analisis Adaptasi Elemen <i>Promotion</i>	44
BAB III.....	45
ADAPTASI ELEMEN <i>PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE</i>	45
3.1 Adaptasi Elemen <i>People</i>	45
3.1.1 Analisis Adaptasi Elemen <i>People</i>	48
3.2 Adaptasi Elemen <i>Process</i>	48
3.2.1 Analisis Adaptasi Elemen <i>Process</i>	51
3.3 Adaptasi Elemen <i>Physical Evidence</i>	51
3.3.1 Analisis Adaptasi Elemen <i>Physical Evidence</i>	53
BAB IV	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54

4.1 Kesimpulan	54
4.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Pendapatan <i>miHoYo</i> (2021-2024)	2
Gambar 1.2 <i>Revenue Share Honkai: Star Rail</i> Secara Global	7
Gambar 1.3 Statistik perbandingan pengikut akun resmi <i>Honkai: Star Rail</i> berdasarkan kanal dan negara.....	8
Gambar 1.4 Sintesa Pemikiran	20
Gambar 2.1.1 Desain karakter Huohuo	27
Gambar 2.1.1.1 Lokalisasi judul <i>Honkai: Star Rail</i> dalam bahasa Jepang.	28
Gambar 2.1 Visualisasi Planet Izumo	30
Gambar 2.2 <i>Splash Art</i> Rappa (kiri) dan Acheron (kanan)	32
Gambar 3.2 <i>Drip Marketing</i> Karakter Sunday	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Transliterasi Nama Karakter dalam Bahasa Jepang di dalam Game	36
Tabel 2.2 Daftar Isi Ulang <i>Honkai: Star Rail</i>	38
Tabel 3.1 Daftar <i>Seiyu</i> untuk Dubbing Bahasa Jepang di <i>Honkai: Star Rail</i> dan Peran Terkenal Lainnya	46

ABSTRAK

Honkai: Star Rail merupakan sebuah game dengan genre *RPG* yang dikembangkan oleh *miHoYo*, dan berhasil meraih posisi atas di pasar game Jepang sejak dirilis pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji adaptasi strategi pemasaran global yang diterapkan oleh *Honkai: Star Rail* dalam proses penetrasi ke pasar Jepang selama periode 2023 hingga 2024. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sementara teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka. Kerangka teori yang digunakan mencakup strategi pemasaran global, strategi adaptasi, dan *marketing mix 7P* yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Honkai: Star Rail* melakukan penyesuaian terhadap seluruh elemen pemasaran tersebut dengan kebutuhan dan preferensi pasar Jepang. Penyesuaian tersebut antara lain meliputi penggunaan konten berbahasa dan bergaya visual lokal seperti *anime* (*product*), penetapan harga dalam mata uang *yen* dan sistem *gacha* yang mematuhi regulasi setempat (*price*), distribusi multikanal serta layanan dalam bahasa Jepang (*place*), promosi yang melibatkan media sosial khusus untuk penutur bahasa Jepang, kerja sama, dan kolaborasi dengan merek lokal (*promotion*), penggunaan pengisi suara Jepang (*seiyu*) (*people*), sistem layanan dalam game yang telah dilokalisasi sepenuhnya (*process*), dan penyediaan *merchandise* serta kolaborasi luring seperti *pop-up café* (*physical evidence*). Strategi ini berkontribusi terhadap keberhasilan *Honkai: Star Rail* dalam membangun hubungan emosional dan keterlibatan dengan pemain Jepang.

Kata kunci: Strategi pemasaran global, *marketing mix 7Ps*, *Honkai: Star Rail*, Jepang