

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL GLOBAL UMKM: STUDI  
KASUS SEOBUK UNTUK PHOTOISM MENGGUNAKAN  
*KPOP ARTISTS (2022-2024)***

**SKRIPSI**



**OLEH**

**EKA SEPTIANY PUTRI**

**22044010097**

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

**JAWA TIMUR**

**SURABAYA**

**2026**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL GLOBAL UMKM: STUDI  
KASUS SEOBUK UNTUK PHOTOISM MENGGUNAKAN  
KPOP ARTISTS (2022-2024)**

**SKRIPSI**

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



**OLEH**

**EKA SEPTIANY PUTRI**

**22044010097**

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

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL GLOBAL UMKM: STUDI KASUS  
SEOBUK UNTUK PHOTOISM MENGGUNAKAN *KPOP ARTISTS***

**(2022-2024)**


**Disusun oleh:**

  
**Eka Septiany Putri**  
22044010097

Telah disetujui pada tanggal

**Menyetujui,**

**DOSEN PEMBIMBING**

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

**Mengetahui,**

**DEKAN FISIBP**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL GLOBAL UMKM: STUDI KASUS  
SEOBUK UNTUK PHOTOISM MENGGUNAKAN *KPOP ARTISTS*


(2022-2024)

Disusun oleh:

  
Eka Septiany Putri  
22044010097


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan  
Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada  
tanggal.....

Pembimbing

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

Tim Penguji

1. Ketua

  
Adiasri Putri P., Ph.D  
NPT. 386021303591

2. Sekretaris

  
Megahanda A. K, M.IP  
NIP. 198611062021212003

3. Anggota

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

Mengetahui,  
DEKAN FISIBP

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

## LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Septiany Putri  
NPM : 22044010097  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh 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, 10 April 2025

Yang Membuat Pernyataan



Eka Septiany Putri

22044010097

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dedicated to my beloved mom whose unconditional prayers and support have been the biggest reason I was able to complete this thesis, my dearest friends who stood by me through every ups and downs, and everyone who has contributed to this challenging journey. Thank you for the kindness, trust, and patience that helped me keep going until the very end. And dedicated to myself, who often underestimates myself too, look at us here now.*

## HALAMAN MOTTO

*We are dreaming of tomorrow and tomorrow isn't coming  
We are dreaming of glory that we don't really want  
We are dreaming of a new day when the new day's here already  
We are running for from the battle when it's one that must be fought.*

*And still we sleep.*

*We are listening for he calling but never really beeding  
Hoping for the future when the future's only plans  
Dreaming of the wisdom that we are dodging daily  
Praying for a savoir when salvation's in our hands.*

*And still we sleep.*

*And still we sleep  
And still we pray  
And still we fear*

*And still we sleep.*

- Todd A. Anderson

**Dead Poet Society (1989)**

## ABSTRAK

*Photo booth* merupakan jasa *self-photo* dengan serangkaian komponen yang dirancang untuk menangkap foto secara otomatis menggunakan kamera digital yang dilengkapi teknologi seperti komputer dan printer untuk mengontrol dan mencetak hasil foto. Photoism, salah satu Perusahaan UMKM multinasional yang bergerak di bidang fotografi merupakan *self-help studio* terbesar di Korea Selatan yang menyediakan jasa *photo booth*. Keberhasilan Photoism dalam memasarkan jasa fotografinya tidak lepas dari pengaruh popularitas budaya Korea (*Hallyu Wave*) yang banyak digemari oleh generasi muda, serta pemanfaatan teknologi berupa *Intellectual Property* (IP). Melalui kolaborasinya dengan beberapa agensi Kpop, Photoism berhasil melakukan ekspansinya ke berbagai negara dengan total lebih dari 220 cabang. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran digital global Seobuk untuk Photoism di berbagai negara menggunakan Kpop *artists* pada tahun 2022-2024. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara sekunder melalui studi literatur. Penelitian menunjukkan bagaimana strategi pemasaran digital Photoism melalui pemasaran konten, periklanan daring, pemasaran media sosial, dan pemasaran email terhadap produk jasa yang ditawarkan dalam kolaborasinya bersama *Idol* Kpop untuk menciptakan standar yang selaras di seluruh lokasi cabang. Hasil penelitian menunjukkan Photoism berhasil melakukan strategi pemasaran produk jasanya secara global menggunakan strategi pemasaran digital dengan empat elemen tersebut melalui Kpop.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Global UMKM, Strategi Pemasaran Digital, Photoism, Kpop

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Digital Global UMKM: Studi Kasus Seobuk untuk Photoism Menggunakan *Kpop Artists (2022-2024)***” dengan baik.

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, M.IR., selaku Kepala Program Studi Hubungan Internasional UPN "Veteran" Jawa Timur.
4. Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dan konsisten memberikan arahan, bimbingan, saran, dan dukungan dalam setiap proses penelitian Penulis.
5. Seluruh dosen Program Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan berharga untuk penulis selama masa perkuliahan.
6. Keluarga penulis, terkhusus Ibu yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan doa atas segala sesuatu yang penulis butuhkan, terutama saat penyusunan skripsi ini.
7. Kepada rekan seperjuangan penulis, teman-teman kelompok “*school sucks*” dalam kebersamaan kegiatan penulis sejak awal masuk perkuliahan, serta teman-teman kelompok “*Skripsi Ice Blue*” selama melalui masa bimbingan dan penyusunan skripsi bersama.
8. Kepada Anindya Firza Damayanti dan teman-teman kelompok “*Kampung Sayur*” yang sejak di bangku sekolah telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun penulis harap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan mengenai pemasaran global Photoism. Selain itu, penulis juga menerima segala kritik, saran, dan pendapat yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Surabaya,

Penulis

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1 Secara Umum .....	6
1.3.2 Secara Khusus .....	6
1.4 Kerangka Pemikiran .....	6
1.4.1 Strategi Pemasaran Global ( <i>Global Marketing Strategy</i> ) .....	6
1.4.2 Pemasaran Digital ( <i>Digital Marketing</i> ) .....	8
1.4.2.1 Pemasaran Konten ( <i>Content Marketing</i> ) .....	9
1.4.2.2 Periklanan Daring ( <i>Online Advertising</i> ).....	10
1.4.2.3 Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ) .....	10
1.4.2.4 Pemasaran Email ( <i>Email Marketing</i> ).....	11
1.5 Sintesa Pemikiran.....	11
1.6 Argumentasi Utama .....	12
1.7 Metode Penelitian.....	14
1.7.1 Tipe Penelitian.....	14
1.7.2 Jangkauan Waktu Penelitian .....	14

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data .....	15
1.7.4 Teknik Analisis Data .....	16
1.7.5 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II.....	18
STRATEGI PEMASARAN GLOBAL UMKM SEOBUK DAN PEMASARAN DIGITAL BESERTA ELEMEN PEMASARAN KONTEN OLEH PHOTOISM .....	18
2.1 Pemasaran Konten.....	24
BAB III.....	32
ELEMEN PERIKLANAN DARING, PEMASARAN MEDIA SOSIAL, PEMASARAN GLOBAL, DAN PEMASARAN EMAIL OLEH PHOTOISM.....	32
3.1 Pemasaran Media Sosial.....	32
3.2 Periklanan Daring.....	40
3.3 Pemasaran Email.....	42
BAB IV .....	45
KESIMPULAN DAN SARAN .....	45
4.1 Kesimpulan .....	45
4.2 Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sistematika Pemikiran.....	11
Gambar 2.1 <i>Artist Frame</i> BTS .....	22
Gambar 3.1 <i>Instagram Story Ads</i> .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persebaran Cabang Photoism Box di Berbagai Negara.....	4
Tabel 1.2 Sumber Pengumpulan Data (2025).....	15
Tabel 2.1 10 Kpop <i>Artists</i> Terbanyak yang Diunggah melalui Instagram Photoism.....	24
Tabel 3.1 <i>Platform</i> Media Sosial Photoism di Berbagai Negara Tahun 2022-2024.....	34