

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berkembangnya globalisasi dari zaman ke zaman tentunya mempengaruhi adanya suatu hal baru. Terlebih dalam hubungan internasional yang mulanya hanya memiliki aktor state sebagai salah satu aktor utama. Adapun perkembangannya, kini hubungan internasional dapat menjadikan aktor lain sebagai peran penting dalam sebuah kepentingannya. Dari sekian banyaknya aktor penting saat ini, terdapat salah satu aktor yang telah mendominasi dunia yakni Perusahaan Multinasional (MNC).

Perusahaan multinasional banyak melakukan aktifitas transnasional dengan sebuah kepentingan eksternalnya gua membentuk sebuah aliansi, memperluas kemitraan, hingga mencari peluang dalam pertumbuhan pendapatan papasa negara berkembang. Negara Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki banyak perusahaan multinasional yang telah mendunia. Salah satunya yakni dalam bidang industri musik. Mengingat negara tersebut memiliki soft power melalui hallyu, tentu perusahaan multinasional menjadi salah satu aktor yang cukup penting dalam menjalankan kepentingan nasionalnya.

Adapun perusahaan multinasional yang besar dalam bidang industri musik di Korea Selatan adalah SM Entertainment. Mengingat tahun ke tahun maraknya industri hallyu di dunia semakin meningkat sehingga memiliki keterkaitan dengan perkembangan perekonomian negara Korea Selatan. Pengaruh hallyu korean wave

sendiri berkontribusi banyak terhadap pertumbuhan ekonomi. SM Entertainment sebagai perusahaan industri musik telah mengembangkan banyak produk ke berbagai negara di dunia.

Awal mula perkembangan SM Entertainment yang bersamaan dengan hallyu dimulai dengan banyaknya peminat melalui negara-negara tetangga seperti Jepang dan Tiongkok. Dari kedua negara tersebut, menyebabkan popularitas yang tinggi sehingga menarik banyak konsumen terhadap hallyu. Dari kedua negara tersebut, perusahaan SM Entertainment memiliki target pasar yang cukup besar di Tiongkok. Popularitas produknya dipengaruhi oleh strategi berupa lokalisasi.

Melalui lokalisasi Tiongkok, SM Entertainment melakukan pengembangan produknya dengan cara menelaah bagaimana keinginan konsumen. Lokalisasi pada sebuah member Super Junior-M dan EXO membuka tingkat pasar yang luas sehingga popularitas juga didapatkan oleh SM Entertainment. Hal ini juga menunjukkan sebuah keuntungan yang diraih oleh perusahaan, tercatat pada tahun 2014 SM Entertainment mengalami peningkatan sebanyak 6,8% dengan pendapatan sebanyak 280 miliar won.

Setelah terbukti Tiongkok merupakan salah satu negara dengan pasar hallyu terbesar, SM Entertainment terus mengembangkan produknya yang juga disertai dengan majunya globalisasi. Promosi menggunakan lokalisasi juga berpengaruh dalam tingkat pembelian suatu produk. Seperti yang dilakukan oleh SM Entertainment mengenalkan produknya melalui konser musik yang diadakan. Tercapainya popularitas hallyu di Tiongkok terdapat salah satu permasalahan

yang menyebabkan situasi yang dingin antara kedua negara Korea Selatan dan Tiongkok. Hal ini terjadi karena adanya persetujuan mengenai *Terminal High Altitude Defense* (THAAD) oleh Amerika Serikat dan Korea Selatan.

Adanya sistem keamanan yang disetujui menyebabkan Tiongkok bertindak untuk menentang keputusan tersebut dikarenakan dapat mengganggu keseimbangan keamanan regionalnya. Tiongkok kemudian bertindak dengan menetapkan pengetatan terhadap ekspor impor barang yang berasal dari Korea Selatan. Keputusan pengetatan tentunya berdampak pada perekonomian negara Korea Selatan terlebih dalam *soft power hallyu*, Tiongkok termasuk salah satu pasar terbesarnya.

Dalam kebijakan pengetatan, SM Entertainment mengalami penurunan sebanyak 8,2%. Hal ini tentunya berdampak pada perekonomian negara Korea Selatan. Namun dengan strategi SM Entertainment sebagai salah satu perusahaan multinasional terbesar dalam bidang industri musik Korea Selatan, mencoba untuk kembali masuk pasar Tiongkok. Sebelumnya, selama terjadinya pengetatan SM Entertainment mencoba melakukan pengembangan di Amerika Serikat.

Perkembangan hallyu di AS tentu memiliki peningkatan dalam mencapai target pasar, namun hal tersebut tidak dapat mengalahkan angka di Tiongkok. Hal ini dikarenakan dengan adanya tingkat ekspor impor yang rendah di negara tersebut. Sehingga SM Entertainment kembali mencoba untuk masuk pasar Tiongkok dengan cara lokalisasi. Sebelumnya strategi lokalisasi telah diterapkan oleh perusahaan, namun saat ini digunakan kembali menggunakan cara yang

berbeda. Selain melakukan proses lokalisasi, SM Entertainment membangun anak perusahaan yang bernama Label V untuk menaungi serta mengawasi kegiatan berbagai promosi produknya di Tiongkok. Lokalisasi yang dilakukan oleh Label V yakni dengan mendebatkan sebuah boygrup dengan kewarganegaraan asli Tiongkok.

Setelah melakukan lokalisasi, WayV menjual produk album yang bertajuk "*Take Over The Moon*". Dalam penjualannya terdapat terhitung sebanyak 22.000 pada masa pre-order. Untuk menarik target pasarnya, dilakukan dengan mengeluarkan album dengan versi Tiongkok. selain melakukan promosi melalui penjualan album, WayV juga melaksanakan promosi melalui jumpa fans hingga hadir dalam stasiun TV lokal Tiongkok.

Adanya Label V sangat mempengaruhi sebuah kemajuan untuk memasuki pasar Tiongkok. Tidak hanya itu SM Entertainment juga menjalin kerjasama dengan Tencent Music Entertainment yang dimana perusahaan tersebut merupakan perusahaan besar industri musik di Tiongkok. TME memiliki platform besar untuk memfasilitasi promosi hingga penayangan lagu maupun konten. Kerjasama melalui perusahaan juga disebut **Business To Business (B2B)**. Dengan B2B menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan guna mencapai tujuannya berkembang dalam bidang industri musik.

Tercatat setelah terjadinya kerjasama dengan Tencent melalui beberapa platform seperti *QQ Music*, *KUGOU Music*, *Kuwo Music*, dan *Wesing*, produk WayV meraih 800 juta pengguna secara keseluruhan. Adapun pengembangan

perusahaan SM Entertainment pada pasar Tiongkok, terdapat sebuah faktual bahwa peran aktor *non-state* dapat melakukan ekspansi di negara Tiongkok dengan lokalisasi pasca pengetatan yang terjadi karena adanya ketegangan sebuah negara Korea Selatan dan Tiongkok yang disebabkan oleh THAAD.

