

ABSTRAK

Riza (01043190089)

STRATEGI SM ENTERTAINMENT DALAM MEMASUKI PASAR MUSIK ASIA TENGGARA (2008–2023)

(xii + 57 halaman; 6 Gambar)

Kata Kunci: SM Entertainment, ASEAN, Pasar Musik, Perusahaan Multinasional, Liberalisme

Korea Selatan memiliki pengaruh yang sangat besar melalui demam Korea yang menyebar ke dunia internasional. Demam K-Pop atau *Korean Hallyu* ini meliputi industri musik yang berkembang dan meluas secara cepat. Tidak dapat dipungkiri, bidang ini juga membantu Korea Selatan dalam melakukan kerja sama dengan negara-negara lainnya. Dibalik berkembangnya demam K-Pop ke seluruh dunia, terdapat perusahaan musik yang membentuk para penyanyi dan juga aktor untuk menyebarkan industri hiburan Korea Selatan ke negara-negara lain. Salah satunya adalah SM Entertainment, salah satu label musik terbesar yang juga memiliki peran penting dalam penyebaran demam K-Pop ini. Penelitian ini membahas bagaimana SM Entertainment melakukan ekspansi ke negara-negara Asia Tenggara sebagai perusahaan multinasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dari SM Entertainment dalam memasuki pasar musik Asia Tenggara pada 2008–2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Adapun pengumpulan data yang dilakukan untuk menunjang penelitian ini adalah dengan observasi dari data-data sekunder yang didapat oleh peneliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SM Entertainment berhasil memasuki pasar musik Asia Tenggara sebagai perusahaan internasional dengan membangun beberapa kantor cabang serta pusat bisnis di beberapa negara Asia Tenggara seperti Indonesia dan Thailand. Hal ini juga berpengaruh pada rencana-rencana SM Entertainment dalam memasuki pasar musik Asia Tenggara secara lebih mendalam.

Referensi: 5 buku (2006–2018) + 23 artikel jurnal + 20 sumber daring

ABSTRACT

Riza (01043190089)

SM ENTERTAINMENT'S STRATEGY IN ENTERING THE SOUTHEAST ASIAN MUSIC MARKET (2008–2023)

(xii + 57 Pages; 6 Pictures)

Keywords: SM Entertainment, ASEAN, Music Market, Multinational Corporations, Liberalism

South Korea has had a significant influence through the Korean wave that spread globally. The K-Pop fever, or *Korean Hallyu*, encompasses a rapidly expanding music industry. Undoubtedly, this field has also aided South Korea in forging collaborations with other countries. Behind the global spread of K-Pop fever lies music companies that groom singers and actors to propagate South Korea's entertainment industry abroad. One such company is SM Entertainment, one of the largest music labels playing a crucial role in spreading this K-Pop fever. This study discusses how SM Entertainment expanded into Southeast Asian countries as a multinational company, with the aim of understanding the strategy of SM Entertainment in entering the Southeast Asian music market from the year 2008 to 2023. The method used in this study is a qualitative descriptive method. The data collection for this study was done through observation of secondary data obtained by the researcher. The results of this study show that SM Entertainment successfully entered the Southeast Asian music market as an international company by establishing several branch offices and business centers in several Southeast Asian countries such as Indonesia and Thailand. This also affects SM Entertainment's plans to further enter the Southeast Asian music market.

References: 5 books (2006–2018) + 23 journal articles + 20 online source