

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Musik pop Korea atau yang biasa dikenal sebagai Kpop awal muncul pada tahun 1930-an akibat masuknya musik pop Jepang yang turut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Masa penjajahan Jepang atas Korea membuat genre musik Korea tidak berkembang dan hanya mengikuti perkembangan musik pop Jepang. Pada tahun 1950 dan 1960-an pengaruh musik pop barat mulai masuk dengan banyaknya penampilan musik yang diadakan oleh pangkalan militer Amerika Selatan di Korea Selatan. Pada awalnya Kpop terbagi menjadi terbagi dalam beberapa genre yang diawali dengan genre lampau yang dipengaruhi musik barat dan populer di era 60-an. Pada tahun 1970-an musik rock mulai diperkenalkan dengan pencetusnya yaitu Choi Yong-pil. Genre lain yang cukup banyak diminati adalah musik Trot yang dipengaruhi gaya musik balad dari Jepang. Penampilan debut grup Seo Taiji and Boys di tahun 1992 menandakan awal mula musik Kpop modern memberi warna baru dengan musik rap, rock, dan techno Amerika. Tren musik ini turut melahirkan banyak grup musik dan musisi berkualitas lain hingga sekarang. Musik pop era 90-an cenderung beraliran dance dan hip hop.

Semaraknya grup Kpop di Indonesia ternyata mempengaruhi para pembisnis yang menjadikan Kpop sebagai peluang untuk mendapatkan keuntungan, tidak sedikit di era sekarang ini banyak toko-toko yang menjual berbagai jenis Merchandise Kpop di toko online seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan *Group Order* yang bisa langsung memesan atau melakukan *pre-order* dari *website* korea sehingga bisa langsung tercatat dalam *chart* pembelian album.

**Tabel 1.1 Daftar Merchandise NCT Yang Dapat Dibeli Di Online Shop**

<b>Merchandise</b>	<b>Harga</b>	<b>Platform Online Shop</b>
Album	250.000 – 400.000	Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, Group Order
Lightstick	800.000 – 900.000	Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, Group Order
Season Greeting	600.000 – 900.000	Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Group Order
Photocard Official	50.000 – 500.000	Shopee, Tokopedia, Blibli, Group Order
Aksesoris	200.000 – 400.000	Shopee, Tokopedia, Group Order

Jika dilihat dari banyaknya peminat grup musik Kpop maka tidak menutup kemungkinan bahwa para pembisnis akan mendapatkan keuntungan yang besar dan bisa meningkatkan profit usaha yang mereka jalani. Para penggemar atau pecinta grup musik Kpop tidak akan melihat fungsi dari barang yang mereka beli, alasan mereka membeli dan mengumpulkan berbagai Merchandise, untuk mengikuti tren karena penggemar harus memiliki barang-barang yang berkaitan dengan Kpop agar bisa dipamerkan kepada penggemar yang lainnya. Tak jarang pula, penggemar Kpop

sebagai kolektor merchandise memanfaatkan tren ini sebagai bisnis investasi yang menguntungkan dari menjual beberapa Merchandise dengan harga tinggi melebihi harga asli pada saat baru dirilis dari agensi grup Kpop itu sendiri.

Hal ini berdampak pada pemasaran online yang terjadi di kalangan toko online untuk meningkatkan ide kreatifitas mereka dalam mempromosikan barang yang mereka jual dengan cara yang dapat menarik perhatian para pecinta Kpop dan berujung memberikan keputusan untuk membeli barang tersebut dari toko online yang menurut mereka lebih menarik dari segi strategi pemasarannya. Penjualan Merchandise Kpop ini seharusnya ditujukan pada kalangan penggemar yang sudah bisa menghasilkan uang sendiri dari upah atau gaji yang mereka dapat dari pekerjaan mereka. Namun, banyak juga para penggemar dari kalangan remaja, anak-anak yang masih menjenjang pendidikan dan belum bisa menghasilkan uang sendiri memaksakan untuk membeli jenis-jenis Merchandise Kpop yang mereka inginkan sampai harus menyisihkan uang yang diberikan oleh orang tua mereka demi mewujudkan keinginannya. Sehingga tidak sedikit pula yang sampai berbohong demi mendapatkan uang untuk membeli Merchandise itu dengan alasan yang berhubungan dengan kegiatan sekolah. Permasalahan ini sering terjadi di dunia fangirling hingga berdampak pada citra Kpop di mata kalangan orang tua yang beranggapan bahwa Kpop menjadikan anak mereka menjadi anak yang tidak jujur dan menghalalkan segala cara demi mendapatkan apa yang anak mereka inginkan. Maka dari itu, sebenarnya untuk memasarkan produk Kpop ini tidak direkomendasikan untuk menunjukan kepada anak-anak yang belum bisa menghasilkan uang sendiri, tetapi tidak ada satupun juga yang dapat menghentikan mereka untuk melakukan apa yang membuat mereka merasa senang meskipun salah satunya hanya dengan membeli dan memiliki berbagai jenis Merchandise Kpop yang mereka inginkan, kecuali dengan situasi dan kondisi tertentu yang memang mengharuskan mereka untuk tidak mengeluarkan uang hanya untuk membeli barang yang menurut para non- Kpopers tidak ada gunanya atau tidak memiliki fungsi, atau

lebih tepatnya mereka tidak mengerti makna atau fungsi dari mengoleksi Merchandise Kpop tersebut.

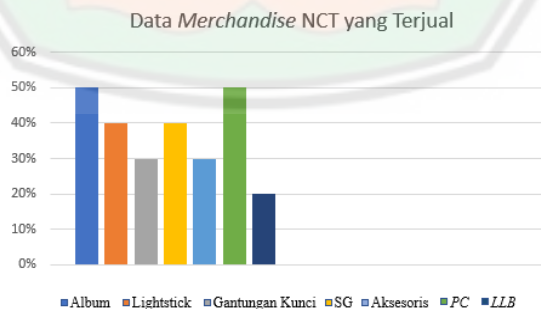
Salah satu dari Merchandise Kpop yang paling banyak diminati adalah album fisik yang didalamnya terdapat photobook, photocard, postcard, poster dan id card. Untuk penjualan album dari boygroup NCT pada tahun 2021 merupakan penjualan terbanyak di antara beberapa boygroup yang debut ditahun yang sama, itu dikarenakan kepopularitasan dari boygroup NCT itu sendiri. Kepopularitasan NCT sudah tidak diragukan lagi bagi kalangan pecinta musik korea atau Kpopers. Selain anggota grupnya yang terbilang banyak dan berasal dari agensi terbesar di Korea Selatan, hal itu juga dikarenakan visualisasi mereka yang cukup bagus. Berasalny sebuah boygrup dari suatu agensi yang terbilang besar atau kecil itu sangat berpengaruh pada kegiatan promosi mereka. Boygroup yang berasal dari agensi besar dapat melakukan banyak cara untuk mempromosikan segala kegiatan grup yang akan dapat menguntungkan bagi agensi dari segi profit atau nilai saham mereka, seperti boygroup NCT yang berasal dari agensi besar yaitu SM Entertainment. Meski popularitas NCT tak perlu diragukan lagi, dengan kepopularitasan itu agensi memanfaatkan berbagai upaya yang dapat meningkatkan nilai saham mereka serta membuat nama NCT menggelembung naik, salah satu upayanya adalah menjual berbagai Merchandise NCT bukan hanya yang tidak memiliki manfaat, tetapi merchandise-merchandise lain yang bisa berguna bahkan bagi diri kita sendiri. Solidaritas yang tinggi dari para penggemar NCT atau yang biasa dikenal dengan nama NCTzen dalam pembelian merchandise ini juga dapat mempengaruhi jumlah penjualan produk yang terjual. Sedangkan, bagi grup yang berasal dari agensi kecil untuk melakukan promosi selain merilis album fisik seperti yang dilakukan SM Entertainment tidak akan mampu mengingat dana yang dikeluarkan cukup besar. Maka dengan terkendala biaya atau dana yang tidak mencukupi untuk melakukan segala cara promosi akan menghambat kepopularitasan dari grup tersebut.

Menurut Gaon Chart tahun 2021 penjualan album NCT terbilang tinggi dilihat dari data penjualan album fisik sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Data Penjualan Album NCT per 2021**

Nama Grup		Album	Agensi	Jumlah
	NCT 127	Sticker	SM Entertainment	2.427.559
		Favorite		934.986
	NCT Dream	Hot Sauce		2.097.185
		Hello Future		1.025.005
	WayV	Kick Back		276.132
ASTRO	All Yours	Fantagio Entertainment	360.911	
	Switch On		310.979	
			<b>671.890</b>	
SF9	Turn Over	FNC Entertainment	217.201	
	Rumination		179.581	
			<b>396.782</b>	

Menurut data yang didapat dari NCTzen dalam komunitas NCT, berikut merchandise NCT yang sudah terjual :



**Gambar 1.1 Data Penjualan Merchandise NCT**

Sumber : Grup WhatsApp NCTzen



Dari fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk menggunakan judul **“Implikasi Segmentasi Pasar, Positioning, dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran Online Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas NCT)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah :

- 1) Apakah Segmentasi Pasar berpengaruh terhadap Pemasaran *Online*?
- 2) Apakah *Positioning* berpengaruh terhadap Pemasaran *Online*?
- 3) Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Pemasaran *Online*?
- 4) Apakah Segmentasi Pasar, *Positioning*, dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Pemasaran *Online*

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang ingin dituju oleh penulis mengenai pemasaran online Merchandise Kpop dikalangan pecinta musik Korea, adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Pemasaran *Online*
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Positioning* terhadap Pemasaran *Online*
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Pemasaran *Online*
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Segmentasi Pasar, *Positioning*, dan Gaya Hidup terhadap Pemasaran *Online*

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

- 1) Kegunaan Praktis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu serta kajian mengenai implikasi segmentasi pasar, positioning, dan gaya hidup terhadap pemasaran online sebagai variabel terikat pada merchandise kpop (studi kasus pada komunitas NCT).

## 2) Kegunaan Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan segmentasi pasar, positioning, dan gaya hidup terhadap pemasaran online.

### 1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas dan agar penelitian dapat dilakukan lebih mendalam, penelitian ini hanya melakukan pembatasan masalah yang berkaitan dengan implikasi segmentasi pasar, positioning, dan gaya hidup terhadap pemasaran online merchandise kpop (studi kasus pada komunitas NCT).

### 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan diuraikan secara sistematis membaginya dalam 5 bab yang setiap babnya memiliki sub bab seperti berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan penjelasan mengenai latar belakang, identifikasi penelitian, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan juga sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menggunakan teori-teori pendukung yang digunakan untuk memecahkan masalah suatu penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Menguraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian yang dilakukan, struktur organisasi perusahaan, tempat, waktu, sumber, jenis data, populasi, dan sampel serta teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan metodologi penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian sehingga akan diketahui hasil dari analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta implikasi manajerial.

