
Analisis Strategi Manajemen BIGHIT Entertainment Dalam Mendukung Kesuksesan Boy Group BTS Pada Tahun 2019-2021

Ayu Nur Sholihat¹, Leli Nirmalasari²
^{1,2}Universitas Teknologi Digital Bandung

E-mail : ayu10120625@digitechuniversity.ac.id¹, lelinirmalasari@digitechuniversity.ac.id²

ABSTRACT

This study analyzes Big Hit Entertainment's management strategies in supporting the success of the boy group BTS from 2019 to 2021. Using a descriptive qualitative method with interviews and literature review, the research focuses on vision and mission, internal and external environment analysis, strategic implementation, and strategic evaluation. The results indicate that Big Hit has successfully built a strong foundation through meticulous and effective management strategies, emphasizing high-quality content, continuous training, and the use of social media for direct communication with fans. BTS's success is measured by business profits, high productivity, global competitiveness, ethical standards, and a positive image. The study concludes that Big Hit's management strategies play a crucial role in supporting BTS's success.
Keywords: Big Hit Entertainment, BTS, Management Strategy, Success, Entertainment Industry. *Keywords:* Work Skills, Human Resources, Product Results.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi manajemen Big Hit Entertainment dalam mendukung kesuksesan boy group BTS pada tahun 2019-2021. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara dan kajian pustaka, fokus penelitian mencakup visi dan misi, analisis lingkungan internal dan eksternal, implementasi strategis, serta evaluasi strategis. Hasil menunjukkan bahwa Big Hit berhasil membangun fondasi kuat melalui strategi manajemen yang cermat dan efektif, dengan penekanan pada konten berkualitas tinggi, pelatihan berkelanjutan, dan penggunaan media sosial untuk komunikasi langsung dengan penggemar. Kesuksesan BTS diukur dari laba bisnis, produktivitas tinggi, daya saing global, standar etika, dan citra positif. Kesimpulan penelitian menegaskan peran penting strategi manajemen Big Hit dalam mendukung kesuksesan BTS.

Kata Kunci: Big Hit Entertainment, BTS, Strategi Manajemen, Kesuksesan, Industri Hiburan.

PENDAHULUAN

Budaya pop telah memiliki peran penting dalam era globalisasi dan mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia. Fenomena ini tidak hanya mencakup musik, tetapi juga tren film, fashion, dan hiburan lainnya. Peningkatan konektivitas global telah mempercepat perluasan budaya

populer, menciptakan pengalaman bersama dan identitas global yang unik. Budaya populer muncul setelah munculnya era industri pada akhir abad ke 19 dan awal abad ke 20. Era industri ini sendiri dimulai pada pertengahan abad ke 18 hingga pertengahan abad ke 19, lalu semakin berkembang seiring dengan tumbuhnya teknologi informasi dan

komunikasi yang diawali dengan adanya internet.

Korea Foundation telah melaksanakan pengamatan terhadap penggemar Hallyu (gelombang budaya Korea/demam budaya Korea) di seluruh dunia. Melalui pengamatan yang dilakukan, tercatat dari tahun 2012 sampai 2021 jumlah penggemar Hallyu meningkat 17 kali lipat. Catatan berdasarkan benua, masing-masing memiliki peningkatan 15 kali di negara-negara Asia/Samudera, 22 kali di Amerika, 13 kali di Eropa dan 130 kali di Afrika/Timur Tengah (Safaat et al., 2022)

Salah satu penopang utama kesuksesan industri hiburan Korea Selatan adalah perusahaan manajemen artis, seperti Big Hit Entertainment yang merupakan bagian dari HYBE Corporation. Big Hit Entertainment adalah manajemen artis yang menaungi beberapa boy group, salah satunya adalah BTS. Sebagai perusahaan yang mengelola banyak artis papan atas, termasuk BTS, Big Hit Entertainment telah menjadi pemimpin dalam industri hiburan global. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena K-pop, khususnya popularitas global boy group BTS yang dikelola oleh Big Hit Entertainment, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap citra dan perekonomian Korea Selatan.

Tak hanya kesuksesan yang diraih BTS di industri musik, BTS juga menjadi duta budaya yang mewakili Korea Selatan di mata dunia. Keberhasilan mereka membuka pintu bagi eksplorasi dan penerimaan budaya Korea di seluruh dunia, menciptakan gelombang Korea yang kuat. Big Hit Entertainment, memiliki strategi manajemen bakat yang bijaksana dan efektif melibatkan berbagai aspek yaitu: dalam aspek

manajemen sumber daya manusia; pencarian bakat dengan kriteria yang ketat, yaitu sumber daya manusia yang direkrut adalah mereka yang memiliki potensi/bakat yang tinggi serta memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan agar menjadi kreatif. Aspek pemasaran; melakukan kampanye pemasaran eksklusif yang fokus pada keunikan dan bakat BTS sebagai positioning (penempatan produk agar meraih posisi yang diinginkan pasar). Aspek produksi; menjaga standar dan kualitas yang tinggi dalam melakukan produksi musik dan video. Aspek manajemen hubungan penggemar; melakukan komunikasi terbuka dengan penggemar secara online maupun offline. Aspek pemanfaatan dan pengembangan bakat; mengatur atau mengadakan kolaborasi dan proyek untuk mengasah/memanfaatkan bakat individu para member BTS. Strategi ini tidak hanya menjamin keberlangsungan karir artis, tetapi juga membantu menciptakan citra positif bagi perusahaan dan negara. Penelitian ini memuat peran strategi manajemen Big Hit Entertainment dalam mendukung kesuksesan BTS dan dampaknya terhadap citra dan perekonomian Korea Selatan.

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, Big Hit Entertainment telah berhasil mengembangkan strategi komprehensif yang menggabungkan manajemen, pemasaran, produksi, manajemen hubungan penggemar, dan pengembangan bakat untuk mencapai kesuksesan BTS dan memperluas reputasinya.

Tabel 1. Informasi Penjualan Album dan Penghargaan BTS (2019-2021)

No	Tahun	Album	Penjualan Album	Penghargaan
1	2019	Map of the Soul : Persona	6,2 juta salinan	111
2	2020	Map of the Soul : 7, BE	9,2 juta salinan	103
3	2021	Permission to Dance, Butter	6,6 juta salinan	131

Sumber : *The Artist Museum, Weverse Shop (2022)*

Dengan latar belakang fenomena diatas, penulis tertarik untuk membuat penelitian ilmiah dengan judul: **“Analisis Strategi Manajemen Big Hit Entertainment Dalam Mendukung Kesuksesan Boy Group BTS Pada Tahun 2019-2021”**.

LANDASAN TEORI

Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan suatu pendekatan yang memerlukan pertimbangan serius dan keterampilan yang matang pada setiap tahapannya. Manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan customer value terbaik untuk mewujudkan visi organisasi (Mulyadi, 2001, p. 40 dalam Arifudin, 2021). Konsep ini menekankan bahwa manajemen strategis adalah seni dan ilmu yang melibatkan perumusan, implementasi dan evaluasi keputusan lintas fungsional yang pada akhirnya memungkinkan suatu lembaga, departemen atau organisasi mencapai tujuannya (Hadi, 2019).

Obyek dari manajemen strategis, didefinisikan sebagai proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan, dan perencanaan untuk mencapai tujuan. Manajemen strategis merupakan suatu proses komprehensif yang harus dilakukan suatu organisasi dalam menjalankan organisasinya

(Fadhli, 2020). Dengan demikian, Manajemen strategis merupakan sekelompok keputusan serta tindakan yang merujuk pada perumusan satu atau lebih strategi yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan (Tutrianto & Zulhermawan, 2023). Pearce dan Robinson mendefinisikan dalam bukunya bahwa manajemen strategis merupakan perencanaan jangka panjang dalam skala besar yang bertujuan untuk membantu organisasi melakukan interaksi secara efektif dalam memproduksi serta mengoptimalkan pencapaian tujuan strategis dan operasionalnya (Pearce II & Robinson, 2003 dalam Alfiani et al., 2023). Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan manajerial dan berbagai kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan untk jangka panjang (Thomas Wheleen, 2010 dalam Septiningrum, 2021).

Manajemen strategi berbicara tentang gambaran besar. Inti dari manajemen strategi adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis (Syahkuan et al , 2022, p. 5). Berdasarkan pandangan menurut beberapa ahli diatas, manajemen strategis tidak hanya mengenai perencanaan jangka pendek, namun juga mengenai pengembangan visi jangka panjang yang diintegrasikan ke dalam lingkungan bisnis. Oleh karena itu, analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi, dan penerapan strategi menjadi bagian integral dari proses manajemen strategis. Dalam konteks ini, manajemen strategis tidak hanya merupakan sarana untuk mencapai tujuan organisasi, namun juga merupakan cara bagi organisasi untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan yang selalu berubah.

Kesuksesan

Kesuksesan dapat berarti keberhasilan karena sukses. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia didefinisikan sebagai berhasil atau beruntung, sehingga kesuksesan adalah keberhasilan atau keberuntungan. Dalam Kamus Bahasa Inggris “Success” berarti keberhasilan dan hasil baik. Maka kesuksesan adalah keberhasilan seseorang dalam mencapai sesuatu (Azuwandri, 2022). Dalam Oxford Dictionary kata “sukses” merupakan kata benda yang memiliki arti sebagai “achievement of one’s aim, fame, wealth, etc.” Jadi sukses merupakan sebuah pencapaian yang sesuai dengan suatu yang menjadi tujuan, ketenaran, kemakmuran, dll (Machasin & Maulana, 2021, p. 28). Kesuksesan juga digambarkan sebagai keefektifan perusahaan atau organisasi dalam meraih tujuannya (Hashim, 2000 dalam Gaffar & Hendrayati, 2019). Keberhasilan merupakan suatu pencapaian terhadap keinginan yang telah kita niatkan untuk kita capai atau kemampuan untuk melewati dan mengatasi diri dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat (Helmet, 2012, p. 32 dalam Baharudin et al., 2023). Sejalan dengan itu kesuksesan adalah pencapaian atas apa yang ingin kita capai, atau kemampuan untuk melewati dan mengatasi kemunduran berikutnya tanpa kehilangan semangat (Wahidah & Budi, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk merinci strategi manajemen yang diterapkan Big Hit Entertainment dalam pengembangan dan promosi BTS selama periode 2019-2021. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang subjek dalam kehidupan sehari-hari (Basrowi & Suwandi, 2008, p. 2 dalam Fadli, 2021).

Sedangkan penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya (Best Darmadi, 2011, 145 dalam Salamah, 2020). Dengan demikian, pendekatan deskriptif kualitatif dinilai paling tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, yaitu dengan menganalisis strategi manajemen Big Hit Entertainment yang mempromosikan kesuksesan boy group BTS pada tahun 2019-2021. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari dan memahami secara mendalam berbagai strategi, faktor dan faktor yang diterapkan oleh Big Hit Entertainment yang berkontribusi terhadap BTS menjadi grup idola global. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang kaya dan rinci tentang proses manajemen yang dilakukan untuk mencapai kesuksesan luar biasa BTS di kancah dunia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi Manajemen Big Hit Entertainment

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Big Hit Entertainment berhasil membangun fondasi yang kuat bagi kesuksesan BTS melalui strategi manajemen yang cermat dan efektif. Berdasarkan wawancara dengan para responden (ARMY), ditemukan bahwa visi dan misi Big Hit Entertainment sangat jelas, yaitu untuk mendukung artis mereka, termasuk BTS, menjadi ikon global yang berpengaruh dengan menekankan produksi konten berkualitas tinggi dan inovatif serta menjalin hubungan yang erat dengan penggemar.

Beberapa responden menyoroti bagaimana visi dan misi ini diwujudkan dalam setiap karya BTS. Big Hit Entertainment juga melakukan analisis mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan internal mereka, memahami potensi BTS, dan memaksimalkannya melalui pelatihan berkelanjutan dan pengembangan keterampilan. Responden mengakui bahwa Big Hit Entertainment memberikan dukungan penuh bagi anggota BTS untuk mengeksplorasi bakat mereka, baik dalam musik, tari, maupun produksi konten. Selain itu, Big Hit Entertainment memperhatikan tren pasar dan lingkungan eksternal dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjalin komunikasi langsung dengan penggemar, yang terbukti sangat efektif.

Responden mencatat bahwa kehadiran BTS di platform seperti Weverse dan Twitter/x membantu membangun basis penggemar yang solid dan setia. Implementasi strategi Big Hit Entertainment terlihat dari cara mereka merancang dan melaksanakan kampanye promosi yang kreatif dan inovatif, tidak hanya mengandalkan penjualan album, tetapi juga merancang tur dunia, acara fan meeting, dan berbagai konten eksklusif untuk penggemar. Responden menunjukkan bahwa upaya ini membuat penggemar merasa terlibat dan dihargai. Big Hit Entertainment secara rutin mengevaluasi strategi mereka dan beradaptasi sesuai dengan umpan balik dari penggemar dan pasar, dengan responden menyebutkan bahwa Big Hit Entertainment selalu mendengarkan suara penggemar dan melakukan penyesuaian yang diperlukan

untuk menjaga relevansi BTS di industri musik global.

Kesuksesan BTS

Kesuksesan BTS tidak hanya diukur dari popularitas dan penjualan, tetapi juga dari berbagai aspek lainnya seperti laba atau keuntungan bisnis, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika, serta membangun citra yang baik. BTS telah membawa keuntungan besar bagi Big Hit Entertainment melalui penjualan album, merchandise, tur dunia, dan berbagai kolaborasi dengan merek ternama, dengan responden mencatat bahwa keberhasilan finansial ini juga diimbangi dengan investasi kembali dalam pengembangan artis dan teknologi produksi.

Produktivitas BTS sangat tinggi dengan jadwal yang padat namun tetap mampu menghasilkan karya berkualitas, dan responden mengakui bahwa manajemen waktu dan sumber daya oleh Big Hit sangat efisien, memungkinkan BTS untuk tetap aktif dan produktif tanpa mengorbankan kualitas. BTS juga berhasil bersaing di tingkat lokal dan global, memecahkan rekor di berbagai chart musik dan memenangkan banyak penghargaan internasional, dengan responden mencatat bahwa strategi pemasaran yang inovatif dan konten yang relevan membantu BTS tetap unggul di industri musik yang kompetitif. Selain itu, BTS dikenal dengan kompetensi mereka dalam bermusik dan beretika dalam bertindak, dengan responden menyebutkan bahwa pelatihan berkelanjutan dan dukungan dari Big Hit Entertainment memastikan bahwa BTS selalu tampil dengan profesionalisme tinggi dan tetap rendah hati.

Big Hit Entertainment dan BTS selalu berupaya untuk membangun citra positif di mata publik, dengan responden menunjukkan bahwa keterlibatan dalam kegiatan sosial dan amal, serta interaksi yang jujur dan terbuka dengan penggemar, membantu menciptakan citra yang baik dan meningkatkan loyalitas penggemar

Pembahasan Penelitian

Strategi Manajemen Big Hit Entertainment

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan para responden, manajemen strategi Big Hit Entertainment yang mendukung kesuksesan BTS dapat dibagi menjadi beberapa aspek: visi misi, analisis lingkungan internal, lingkungan eksternal, implementasi strategis, dan evaluasi strategis.

1. Visi Misi

Visi dan misi Big Hit Entertainment untuk mendukung BTS menjadi ikon global yang berpengaruh dengan menekankan produksi konten berkualitas tinggi dan inovatif serta menjalin hubungan yang erat dengan penggemar sangat jelas dan dijalankan dengan baik. Para responden mengakui bahwa visi ini diwujudkan dalam setiap karya BTS, menciptakan karya-karya yang tidak hanya menghibur tetapi juga inspiratif. Namun, terdapat tantangan dalam menjaga visi ini konsisten seiring dengan perkembangan dan perubahan di industri musik global. Untuk mengatasi tantangan ini, disarankan agar Big Hit mengadakan pelatihan rutin untuk semua staf dan artis, memastikan setiap orang dalam organisasi memahami dan dapat menjalankan visi dan misi tersebut. Selain itu, perlu diadakan

pertemuan strategis berkala untuk meninjau dan memperbarui visi dan misi sesuai dengan dinamika industri dan feedback dari penggemar.

2. Analisis Lingkungan Internal

Big Hit Entertainment melakukan analisis mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan internal mereka, memaksimalkan potensi BTS melalui pelatihan berkelanjutan dan pengembangan keterampilan. Dukungan penuh diberikan kepada anggota BTS untuk mengeksplorasi bakat mereka. Beberapa responden menyoroti bahwa meskipun Big Hit Entertainment memberikan dukungan besar, tekanan untuk terus berkarya dan mempertahankan standar tinggi bisa menjadi beban bagi para anggota BTS. Rekomendasi untuk mengatasi tekanan ini adalah dengan menerapkan program kesejahteraan yang mencakup dukungan psikologis dan manajemen stres, serta memberikan waktu istirahat yang cukup bagi para anggota BTS untuk memastikan mereka tetap sehat secara fisik dan mental.

3. Lingkungan Eksternal

Big Hit memperhatikan tren pasar dan lingkungan eksternal dengan baik. Mereka memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjalin komunikasi langsung dengan penggemar, yang terbukti sangat efektif. Responden mencatat bahwa kehadiran BTS di platform seperti Weverse dan Twitter/x membantu membangun basis penggemar yang solid dan setia. Namun, tantangan yang dihadapi adalah menjaga relevansi di tengah cepatnya perubahan tren media sosial dan platform digital lainnya. Untuk menghadapi tantangan ini, Big Hit

disarankan untuk membentuk tim khusus yang fokus pada analisis tren digital dan media sosial, serta mengembangkan strategi konten yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan tren tersebut.

4. Implementasi Strategis

Strategi Big Hit dalam merancang dan melaksanakan kampanye promosi yang kreatif dan inovatif terlihat jelas. Tidak hanya mengandalkan penjualan album, mereka juga merancang tur dunia, acara fan meeting, dan berbagai konten eksklusif untuk penggemar. Responden menunjukkan bahwa upaya ini membuat penggemar merasa terlibat dan dihargai. Terdapat pula beberapa responden mencatat bahwa jadwal yang padat dan tuntutan terus-menerus untuk inovasi bisa berdampak pada kesejahteraan fisik dan mental para anggota BTS.

5. Evaluasi Strategis

Big Hit secara rutin mengevaluasi strategi mereka dan beradaptasi sesuai dengan umpan balik dari penggemar dan pasar. Para responden menyebutkan bahwa Big Hit selalu mendengarkan suara penggemar dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk menjaga relevansi BTS di industri musik global. Meski demikian, tantangan terbesar adalah bagaimana terus memperbarui strategi tanpa kehilangan esensi dan identitas yang telah dibangun oleh BTS dan Big Hit. Untuk mengatasi ini, disarankan agar Big Hit mengimplementasikan manajemen waktu yang lebih baik dan memberikan jeda yang cukup antara proyek-proyek besar, sehingga anggota BTS memiliki waktu untuk beristirahat dan mengisi ulang energi

mereka. Selain itu, pengembangan program kesejahteraan dan dukungan kesehatan mental menjadi sangat penting.

Kesuksesan Boy Group BTS

Kesuksesan BTS tidak hanya diukur dari popularitas dan penjualan, tetapi juga dari laba atau keuntungan bisnis, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika, serta membangun citra yang baik.

1. Laba atau Keuntungan Bisnis

BTS telah membawa keuntungan besar bagi Big Hit Entertainment melalui penjualan album, merchandise, tur dunia, dan berbagai kolaborasi dengan merek ternama. Para responden mencatat bahwa keberhasilan finansial ini juga diimbangi dengan investasi kembali dalam pengembangan artis dan teknologi produksi. Namun, beberapa responden mencatat bahwa tekanan untuk terus meningkatkan laba bisa mengarah pada eksploitasi sumber daya, termasuk waktu dan energi anggota BTS. Untuk mengatasi ini, disarankan agar Big Hit Entertainment mengembangkan sumber pendapatan baru yang tidak terlalu membebani anggota BTS, seperti diversifikasi produk dan layanan, investasi dalam teknologi baru, dan eksplorasi pasar baru. Selain itu, penting untuk mengatur jadwal yang seimbang untuk menjaga kesejahteraan anggota BTS.

2. Produktivitas dan Efisiensi

Produktivitas BTS sangat tinggi dengan jadwal yang padat namun tetap mampu menghasilkan karya berkualitas. Para responden mengakui bahwa manajemen waktu dan sumber daya oleh Big Hit Entertainment sangat efisien, memungkinkan

BTS untuk tetap aktif dan produktif tanpa mengorbankan kualitas. Meskipun demikian, tantangan utama adalah menjaga keseimbangan antara produktivitas tinggi dan kesehatan mental serta fisik para anggota BTS. Untuk mengatasi ini, disarankan agar Big Hit menerapkan pendekatan kerja yang fleksibel dan berfokus pada hasil, bukan hanya pada aktivitas. Mereka juga dapat memperkenalkan program kesejahteraan holistik yang mencakup dukungan psikologis, kegiatan relaksasi, dan waktu istirahat yang cukup.

3. Daya Saing

BTS berhasil bersaing di tingkat lokal dan global, memecahkan rekor di berbagai chart musik dan memenangkan banyak penghargaan internasional. Responden mencatat bahwa strategi pemasaran yang inovatif dan konten yang relevan membantu BTS tetap unggul di industri musik yang kompetitif. Tantangannya adalah bagaimana terus mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Untuk mengatasi ini, disarankan agar Big Hit Entertainment terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan kolaborasi internasional. Mereka juga perlu berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk menemukan tren baru sebelum menjadi mainstream, serta membangun kemitraan strategis dengan berbagai pihak di industri musik global.

4. Kompetensi dan Etika

BTS dikenal dengan kompetensi mereka dalam bermusik dan beretika dalam bertindak. Para responden menyebutkan bahwa pelatihan berkelanjutan dan dukungan

dari Big Hit Entertainment memastikan bahwa BTS selalu tampil dengan profesionalisme tinggi dan tetap rendah hati. Namun, menjaga standar etika yang tinggi dalam industri yang sering kali dipenuhi dengan godaan dan tekanan komersial menjadi tantangan tersendiri. Untuk mengatasi ini, disarankan agar Big Hit Entertainment memperkenalkan kode etik yang ketat dan memberikan pelatihan reguler tentang etika dan integritas kepada semua staf dan artis. Mereka juga bisa membentuk komite etika internal untuk menangani isu-isu yang muncul dan memastikan kepatuhan terhadap standar etika.

5. Membangun Citra yang Baik

Big Hit dan BTS selalu berupaya untuk membangun citra positif di mata publik. Para responden menunjukkan bahwa keterlibatan dalam kegiatan sosial dan amal, serta interaksi yang jujur dan terbuka dengan penggemar, membantu menciptakan citra yang baik dan meningkatkan loyalitas penggemar. Namun, mempertahankan citra positif di tengah sorotan media yang intens dan ekspektasi publik yang tinggi membutuhkan strategi komunikasi dan manajemen yang sangat hati-hati. Untuk mengatasi hal tersebut, disarankan agar Big Hit Entertainment mengembangkan strategi komunikasi yang transparan dan jujur, serta membentuk tim hubungan masyarakat yang kuat untuk mengelola dan menanggapi isu-isu media secara proaktif. Mereka juga bisa melibatkan penggemar dalam kegiatan sosial dan amal untuk memperkuat citra positif dan loyalitas penggemar.

KESIMPULAN

1. Strategi manajemen Big Hit Entertainment dalam mendukung kesuksesan BTS:

Big Hit Entertainment berhasil mendukung kesuksesan BTS melalui strategi manajemen yang cermat dan efektif. Strategi ini mencakup visi dan misi yang jelas untuk mendukung artis menjadi ikon global, analisis mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal, implementasi kampanye promosi yang inovatif, dan evaluasi strategi secara rutin. Visi dan misi yang kuat, pelatihan berkelanjutan, pemanfaatan media sosial, kampanye promosi yang kreatif, dan evaluasi yang adaptif menjadi kunci keberhasilan strategi manajemen mereka.

2. Kesuksesan boy group BTS:

Kesuksesan BTS dapat diukur melalui berbagai aspek seperti laba bisnis, produktivitas, daya saing, kompetensi dan etika, serta citra yang baik. BTS telah membawa keuntungan besar bagi Big Hit Entertainment melalui berbagai saluran pendapatan, mempertahankan produktivitas tinggi, bersaing secara global, menjaga standar etika, dan membangun citra positif. Namun, terdapat tantangan yang ada termasuk tekanan untuk terus meningkatkan laba, menjaga keseimbangan produktivitas dan kesehatan anggota, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan menjaga standar etika di tengah tekanan komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- Safaat, AR, Bachtiar, FR, & Zainal, NA (2022). *Budaya Pop Korea Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan*. *Vox Populi*, 5 (2), 169-196.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*.
- Hadi, H. S. (2019). *Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer*. *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*, 17(2), 69-78.
- Syakhuan, J., Ni'mah, S., Absor, S. M. U., Azis, M. A., Bakri, A. A., & Napitupulu, R. H. M. (2022). *Manajemen Strategik Dalam Organisasi*. Penerbit NEM.(Aspek-aspek Strategi manajemen)
- Fadhli, M. (2020). *Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan*. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11-23.
- Tutrianto, R., & Zulhermawan, M. (2023). *Manajemen Strategis Kepolisian Dalam Mengatasi Factual Threat dan Police Hazard Pada Wilayah Perbatasan Pesisir Pantai Provinsi Riau Dari Peredaran Narkoba Internasional (Studi Pada Polres Rokan Hilir)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3083-3093.
- Alfiani, I. F., Maula, M., Latifa Lu'lu'a, R., & Aji, G. (2023). *Analisis Lingkungan Internal dalam Pencapaian Tujuan dan Penyusunan Strategi Perusahaan*. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 1(2), 59-69.
- Septiningrum, L. D. (2021). *Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food And Beverage Di Era Pandemi Covid 19*. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan*

- Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 8(1).
- Hutabarat, Z. S., Andriani, L., Sembiring, B., & Lina, R. T. (2023). *Manajemen Strategi*.
- Pribadi, M. A., Bashar, S., Akmansyah, M., & Fauzan, A. (2023). *Manajemen Strategi Pencegahan Radikalisme di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Kota Metro*. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(02).
- Kausar, A., & Agusta, R. (2022). *Dampak Penerapan Strategi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Sulawesi Selatan*. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5 (1), 20-32.
- Rasidi, A. (2022). *Manajemen Strategik dan Boarding School dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren*. *PALAPA*, 10(2), 460-472.
- Latif, H. M., Samsu, S. A., Tanjung, Z., Sudiarti, S., Zoztafia, H., Nugroho, A. D., ... & Toyib, M. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIK DALAM PENDIDIKAN ISLAM*. *PT Salim Media Indonesia*.
- Irmawati, D., & Harsono, D. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIS PENGELOLAAN SAMPAH DALAM UPAYA PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN OLEH DINAS LINGKUNGAN HIDUP KABUPATEN MAGELANG*. *Journal of Public Policy and Administration Research*, 8(6), 19.
- Widayanto, M. T., Hermawan, D. J., & Natsir, M. (2020). *Implementasi manajemen strategik dan hubungannya dengan keberlangsungan (Going concern) Usaha*. *Sketsa Bisnis*, 7(2), 72-83.
- Supriatna, T., Juhandi, D., & Rasipan, R. (2022). *Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital*. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 167-178.
- Suryadi, A., & Mutiara, D. (2020). *Strategi pencapaian standar layanan pendidikan nonformal pada pusat kegiatan belajar Masyarakat*. *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 49-56.
- Azuwandri, A. (2022). *Analisis Pelaksanaan Program Sanitasi Berbasis Masyarakat terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Bajak Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 316-333.
- Bab, S. P. (2021). *Human capital*.
- Gaffar, V., & Hendrayati, H. (2019). *Faktor kunci kesuksesan studentpreneur*. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 77-86.
- Baharudin, F., Suherman, S., & Fauzi, A. (2023). *Kerjasama PKBM Ummatan Wasathon dengan Koperasi Bakti Mulia Sejahtera dalam Meningkatkan Keterampilan Berwirausaha Warga Belajar Program Kesetaraan Paket C*. *Jambura Journal of Community Empowerment*, 384-395.
- Wahidah, N. F., & Budi, M. E. P. (2022, September). *Keberhasilan Program Bimbingan...*
- Anggiana, A., & Gunawan, A. (2023). *Tantangan dan Peluang Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Era Industri 4.0: Fokus pada Integrasi Teknologi dan Sumber Daya Manusia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1 (2), 252-258.
- Anindita, H., & Muafi, M. (2020). *Pengaruh Kepribadian Proaktif, Kinerja Kerja, Promosi Diri terhadap Kesuksesan*

- Karir Karyawan Ponpes Surya Global*. JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi, 11(3), 206-216.
- Hamif, S. W., Isyandi, I., & Samsir, S. (2022). *PENGARUH PERSONAL RESOURCES DAN WORKPLACE WELL BEING TERHADAP KETERIKATAN KARYAWAN DAN TURNOVER INTENTION PADA PT. INDAH KIAT PULP AND PAPER PERAWANG DIVISI LOGISTIC CONTAINER*. Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 5(1), 3.
- Hidayat, D. R. (2021). *ORIENTASI KARIR PADA GURU MADRASAH ALIYAH UNGGULAN DI INDONESIA (Studi Deskriptif Berdasarkan Teori Jangkar Karir Schein)*. Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia, 7(3), 1-12.
- Liona, N. S., & Jannah, M. (2022). *Hubungan antara komitmen karier dengan kesuksesan karier subjektif pada atlet mahasiswa*. Jurnal Penelitian Psikologi (Character), 9(3), 34-42.
- Afifa, I. (2020). *Analisa Kesuksesan Strategi Daya Saing Big Hit Entertainment Korea Selatan Dalam Industri Hiburan Internasional* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Talambanua, E., Nasution, Z., & Harahap, A. (2023). *Pengaruh Strategi Deferensiasi Produk, Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Motor Honda Scoopy*. REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, 7(2), 1144-1155.
- Khasanah, S. N., & Haryono, A. T. (2024). *PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN, KEMANDIRIAN PRIBADI DAN ENTREPRENEURIAL VALUES TERHADAP*
- KEBERHASILAN USAHA (STUDI EMPIRIS PADA PELAKU USAHA ANGKRINGAN KAMPUNG JAWI SEMARANG)*. Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam, 1(1).
- Jasma, S. (2022). *Upaya Penyandang Dlsabilitas Netra Dalam Meningkatkan Kemampuan Entrepreneurship Kerajinan Tangan Dari Rotan*. Journal Of Lifelong Learning, 5(1), 64-70
- Aprilianti, L., & Abidin, M. Z. (2021). *Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Fotocopy Di Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin*. Administraus, 5(2), 54-73.
- Diari, N. M. S. K., & Mahyuni, L. P. (2019). *Strategi sukses K-Pop memasuki pasar musik mainstream: Bighet entertainment, BTS, dan 'Army'*. Jurnal Manajemen Bisnis, 16(3), 31-47.
- Afifa, I. (2020). *Analisa Kesuksesan Strategi Daya Saing Big Hit Entertainment Korea Selatan Dalam Industri Hiburan Internasional* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Batubara, A. N. (2019). *Pengaruh Boyband Korean Pop Bangtan Boys Terhadap Konsistensi Perilaku Penggemar* (Doctoral dissertation).
- Lestari, I. G. A. I., Sushanti, S., & Parameswari, A. A. A. I. *Soft Power Sebagai Instrumen Peningkatan Ekonomi Korea Selatan: Popularitas Bangtan Sonyeondan (BTS) Tahun 2018-2020*.
- AIKAL, F. (2023). *Analisis Hubungan Indonesia–Korea Selatan Melalui Korean Wave Pada Tahun 2019-2021*.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022).

- Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Salamah, W. (2020). *Deskripsi penggunaan aplikasi google classroom dalam proses pembelajaran*. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 4(3), 533-538.
- Destriana, R., Taufiq, R., & Suryana, B. E. (2020). *Rancang Bangun Sistem Informasi Document Managemen System pada LKP ITC-PCB Berbasis WEB Menggunakan UML dan PHP*. *Jurnal Inovasi Informatika*, 5(1), 64-71.
- Luthfiyah, W., & Rachman, AN (2023). *PENGARUH MODAL, TENAGA KERJA, HARGA DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI KOTA SURAKARTA*. *JURNAL ILMIAH PENELITIAN MAHASISWA*, 1 (3), 60-69.
- Wicaksana, F. A., & Inayati, N. L. (2023). *Inovasi kepala sekolah dalam mengembangkan sekolah berkemajuan di SMK Negeri 2 Surakarta*. At Turots: *Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2 Februari), 146-154.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Desiana, Z., Rifatah, M. F., & Sahputra, D. (2022). *Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok*. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 4(1), 1-6.
- Wiwesa, N. R. (2021). *User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 2.
- Sahputra, RD, & Hanum, Z. (2023). *Analisis Penetapan COGM (Cost Of Goods Manufactured) Dengan ABC (Activity Based Costing) Sebagai Metode Pengukuran Harga Jual*. *Pemilik: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7 (1), 423-434.
- Ahmad, A., & Muslimah, M. (2021, December). *Memahami teknik pengolahan dan analisis data kualitatif*. In *Proceedings of Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies (PINCIS)* (Vol. 1, No. 1).
- Sinaga, L. (2022). *EFEKTIVITAS PENDATAAN ANGKATAN KERJA MELALUI PELAYANAN KARTU KUNING (AK-1) DI DINAS TENAGA KERJA, KOPERASI DAN UKM KOTA JAMBI* (Doctoral dissertation, ilmu pemerintahan).
- Ambarwati, A., Nadiya, N., & Chaerunisyah, A. (2024). *Analisis Efektivitas Program Relawan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Orang Pribadi Di KPP Pratama Jakarta Cakung Tahun 2020-2022*. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(1), 22-29.
- Mawarni, Z. A., & Siswanto, H. (2020). *PERAN PEMBIMBING SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN KARAKTER ANAK JALANAN DI KOMUNITAS SAVE STREET CHILD SURABAYA*. *JPUS: Jurnal Pendidikan Untuk Semua*, 4(2), 18-25
- Prasetio, A., Pakpahan, A. F., Sesilia, A. P., Purba, B., Negara, E. S., Rantung, G. A. J., ... & Siagian, V. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. *Mukhtazar, M. P. (2020). Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media.

Almaududi, S., Syukri, M., & Astuti, C. P.
(2021). *Pengaruh Insentif Terhadap
Kinerja Karyawan Pada Hotel
Mexsicana Kota Jambi*. J-MAS (Jurnal
Manajemen Dan Sains), 6(1), 96-102