STRATEGI PEMASARAN PRODUK BUDAYA POP JEPANG OLEH BANDAI NAMCO DI TIONGKOK 2020 – 2021

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Raafi'udin Rafsanjani

NIM I72217073

Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Juni, 2024

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, peneliti

Nama : Muhammad Raafi'udin Rafsanjani

NIM : I72217073

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Budaya Pop Jepang oleh Bandai Namco di Tiongkok 2020 – 2021

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini merupakan benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas hasil karya orang lain.
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 14 Maret 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Raafi'udin Rafsanjani

NIM I72217073

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Muhammad Raafi'udin Rafsanjani

NIM : I72217073

Program Studi : Hubunngan Internasional

Berjudul ***Strategi Pemasaran Produk Budaya Pop Jepang oleh Bandai Namco di Tiongkok 2020 – 2021***, peneliti berpendapat bahwa skripsi tersebut telah diperbaiki dan dapat diujikan rangka dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 14 April 2024

Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int.

NIP 199104092020121012

PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Raafi'udin Rafsanjani dengan judul ***Strategi Pemasaran Produk Budaya Pop Jepang oleh Bandai Namco di Tiongkok 2020 – 2021*** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada 20 Juni 2024

Tim Penguji Skripsi

Penguji I

Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int.
NIP 199104092020121012

Penguji II

Moh. Fathoni Hakim, M.Si.
NIP 19840105201101100008

Penguji III

Muhammad Qobidl 'Ainul Arif, S.I.P., M.A., ClQnR.
NIP 198408232015031002

Penguji IV

Dr. Zudan Rosyidi, MA.
NIP 198103232009121004

Surabaya, 20 Juni 2024

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan

Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP 197306272000031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Raafi'udin Rafsanjani

NIM : I72217073

Fakultas/Jurusan : FISIP/HI

E-mail address : masudin1825@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
■ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :

"**Strategi Pemasaran Produk Budaya Pop Jepang Oleh Bandai Namco Di Tiongkok Pada 2020 – 2021**"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Maret 2026

Penulis

(M. RAAFI'UDIN R.)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRACT

Rafsanjani, Muhammad Raafi'udin. "Strategi Promosi Produk Budaya Pop Jepang oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok 2020 – 2021." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

This research aims to describe and explore how BANDAI NAMCO promotes Japanese Pop Culture products in Tiongkok in 2020 - 2021 through the 7P Marketing Mix concept. The method used is qualitative-descriptive and exploratory with data collection techniques in the form of documentation. During the research, researchers found data in the form of videos and photos regarding promotions for Kamen Rider Saber and Ultraman Z products originating from the official BANDAI TOYS website and BANDAI Official Channel. In using Marketing Mix 7P this time, BANDAI uses the Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence sections more.

***Keywords**: BANDAI NAMCO, Marketing Mix 7P, BANDAI TOYS, BANDAI Official Channel, Kamen Rider Saber, Ultraman Z*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRAK

Rafsanjani, Muhammad Raafi'udin. "Strategi Promosi Produk Budaya Pop Jepang oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok 2020 – 2021." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengeksplorasi bagaimana cara BANDAI NAMCO mempromosikan produk *Japanese Pop Culture* di Tiongkok pada 2020 – 2021 melalui konsep *Marketing Mix 7P*. Metode yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif dan eksploratif dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Selama penelitian, peneliti menemukan data berupa video dan foto mengenai promosi produk Kamen Rider Saber dan Ultraman Z yang berasal dari situs resmi BANDAI TOYS dan BANDAI Official Channel. Dalam penggunaan *Marketing Mix 7P* kali ini, BANDAI lebih banyak menggunakan bagian *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*.

Kata Kunci: BANDAI NAMCO, *Marketing Mix 7P*, BANDAI TOYS, BANDAI Official Channel, Kamen Rider Saber, Ultraman Z

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... Error! Bookmark not defined.

PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.

MOTTO ..... **iii**

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI ..... Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **x**

BAB I **1**

PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah **1**

B. Pertanyaan Penelitian **6**

C. Tujuan Penelitian **6**

D. Manfaat Penelitian **7**

E. Tinjauan Pustaka **7**

BAB II **16**

PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA **16**

A. Kerangka Konseptual **16**

B. Definisi Konseptual **22**

C. Argumentasi Utama **28**

BAB III **29**

METODE PENELITIAN **29**

A. Metode Penelitian **29**

B. Sistematika Pembahasan **33**

BAB IV **36**

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **36**

A. Strategi Pemasaran Produk (*Product*) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok **36**

B. Strategi Pemasaran Penetapan Harga (Price) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok **48**

C. Strategi Pemasaran Penentuan Tempat (Place) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok **50**

D. Strategi Pemasaran Promosi (Promotion) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok. **54**

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

E. Strategi Pemasaran dari Karyawan (People) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok 60

F. Strategi Pemasaran Proses Distribusi (Process) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok 63

G. Strategi Pemasaran berupa Bukti Fisik (Physical Evidence) oleh BANDAI NAMCO di Tiongkok 66

BAB V 75

PENUTUP 75

A. Kesimpulan 75

B. Saran 79

DAFTAR PUSTAKA 81

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Agnes, Ochieng ' A, Ndeta Winnie, and Ndavula O John. "Social Media and Personal Branding of Gospel Musicians in Kenya." *African Multidisciplinary Journal of Research (AMJR)* 5, no. 1 (2020).

"Bandai Namco Holdings China Co., Ltd.," n.d. https://www.bandainamcochina.cn/.

"BANDAI TOYS." Accessed June 10, 2024. https://toy.bandai.co.jp/.

Barbera, Chiara M. "From Hanfu to Cyberpunk: Subcultures in China Influence Youth Culture and Consumption," 2023. https://daxueconsulting.com/subcultures-in-china/.

"Budaya Pop Jepang, Digemari Sejak Dulu Dan Kini | WeXpats Guide." Accessed November 21, 2022. https://we-xpats.com/id/guide/as/jp/detail/3041/.

Byrnes, Kimberly. "The Sharing of Culture: Global Consumerism." *UW-L Journal of Undergraduate Research* X (2007): 1–7. https://www.uwlax.edu/globalassets/offices-services/urc/jur-online/pdf/2007/byrnes.pdf.

Gede, Luh, Ervina Asri, I Gede Sanica, Ida Ayu, and Oka Martini. "Fenomena K-Pop Sebagai Membangun Citra Perusahaan Strategi Pemasaran Dan" 7, no. 1 (2023): 112–19.

Ii, B A B, Sejarah Dan, Perkembangan Budaya, and P O P Jepang. "Jurnal Budaya Pop Jepang" 2 (n.d.).

Išoraitė, Margarita. "Marketing Mix Theoretical Aspects." *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH* 4, no. 6 (2016): 25–37. https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633.

Kelts, Roland. "Japanese Pop Culture: Its Problems -- & Its Enormous Potential." *Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly* 27, no. 1 (2008): 18–21. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,sso&db=bth&AN=28861818&site=ehost-live&authtype=sso&custid=s9872838.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Robert Victor Goodman, and Torben Hansen. *Marketing Management 4th European Edition*. *Soldering & Surface Mount Technology*. Vol. 13, 2019.

"Macam-Macam Metode Analisis Data Kualitatif Menurut Para Ahl..." Accessed November 21, 2022. https://www.dqlab.id/macam-macam-metode-analisis-data-kualitatif-menurut-para-ahli.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Maica. “LET’S EXPERIENCE WITH MAICA!!,” 2021. https://www.youtube.com/watch?v=1oaT1Sievmg.

Namco, Bandai. “Corporate Profile 2023,” 2023.

“NU Online.” Accessed July 4, 2024. https://quran.nu.or.id/al-baqarah/186.

OFFICIAL, BANDAI. “ウルトラマンシリーズ ULTRAMAN.” Accessed June 10, 2024. https://www.youtube.com/playlist?list=PLWicKRwpgDWqROGUhhFFRzQ_JlnF7xj7L.

———. “バンダイ公式チャンネル BANDAI OFFICIAL.” Accessed June 10, 2024. https://www.youtube.com/@BandaiJP.

———. “仮面ライダーシリーズ KAMEN RIDER.” Accessed June 10, 2024. https://www.youtube.com/playlist?list=PLWicKRwpgDWoQknle5NC-fXkR4yCqZ0H3.

“Penelitian Kualitatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Tujuan, Jenis, Dan Prosedurnya.” Accessed November 21, 2022. https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-kualitatif/.

Pengabdian, Jurnal, Bidang Sosial, Dan Humaniora, Tatan Tawami, Hani Zakkiyah, Vivi Nurfauziah, Program Studi, Sastra Inggris, and Ilmu Budaya. “Pengembangan Kanal Youtube Sebagai Strategi Pemasaran Digital” 1, no. 2 (2022).

SPIRITS, BANDAI. “TOKUSATSU HEROES Feat . TAMASHII NATIONS BEIJING,” 2021, 2021.

“The Giant Influence of Japanese Pop Culture.” Accessed November 21, 2022. https://rollingstoneindia.com/giant-influence-japanese-pop-culture/.

Travel, 阿 为逛 世 界Wei’s. “4K Freedom Gundam First Show in Shanghai China 2021,” 2021. https://www.youtube.com/watch?v=qUfBZ5jxrdY.

Wang, Qi. “The Dilemma of Japan’s Cultural Diplomacy in China--A Case Study of Japanese Manga and Anime,” 2007, 1–42. http://lup.lub.lu.se/record/1325086.

Wardana, I, Idin Fasisaka, and Putu Kumala Dewi. “Penggunaan Budaya Populer Dalam Diplomasi Budaya Jepang Melalui World Cosplay Summit.” *Jurnal Hubungan Internasional* 1, no. 03 (2015): 2–13. https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/13475.

“ウルトラマンおもちゃウェブ｜バンダイ公式サイト.” Accessed June 10, 2024. https://toy.bandai.co.jp/series/ultraman/.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

“仮面ライダーおもちゃウェブ｜バンダイ公式サイト.” Accessed June 10, 2024. https://toy.bandai.co.jp/series/rider/.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/