

ABSTRAK

Dominasi dalam industri musik Korea Selatan dikuasi oleh tiga agensi besar yang pada umumnya disebut sebagai *big three agency* terdiri dari SM, YG, dan JYP Entertainment. Namun, seiring berjalannya waktu dominasi tersebut mengalami perubahan dengan kemunculan sebuah agensi baru yakni Big Hit Entertainment yang berhasil menunjukkan daya saingnya dalam industri hiburan. Perkembangan signifikan yang dialami oleh Big Hit Entertainment membawa agensi ini berhasil menunjukkan eksistensinya dan memiliki pengaruh yang cukup kuat tidak hanya dalam industri musik Korea Selatan, namun juga dalam industri hiburan internasional. Kesuksesan yang diraih oleh Big Hit Entertainment dapat dilihat berdasarkan strategi yang ditawarkan oleh Pankaj Ghemawat yang menyebutkan strategi *AAA Triangle* sebagai kunci kesuksesan sebuah bisnis perusahaan sebagai strategi yang efektif dalam persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan *AAA Triangle* yang terdiri dari *Adaptation*, *Aggregation*, dan *Arbitrage* kesuksesan Big Hit Entertainment sehingga mampu mengungguli persaingan dengan agensi-agensi besar yang sudah eksis diakibatkan oleh kemampuan agensi ini dalam menghadirkan elemen perbedaan terkait strategi yang diterapkannya yakni seperti pemanfaatan media sosial salah satunya Twitter sebagai bentuk penerapan strategi *adaptation*, dan fokus terhadap pemasaran internasional sebagai bentuk penerapan *aggregation* serta mengeksploitasi dan memanfaatkan perbedaan dengan pasar sebagaimana strategi *arbitrage* yang mana hal-hal tersebut ialah sebagai bentuk daya saingnya dalam industri hiburan internasional.

Kata Kunci: *Industri hiburan, Big Entertainment, BTS, strategi bisnis, media sosial, Twitter, AAA Triangle.*