

Booming media mix sebagai upaya pemasaran contents: studi kasus karya uta no prince-sama = Booming of media mix for marketing contents a case study of uta no prince sama

Shinta Kumalasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444840&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Skripsi ini membahas media mix yang menggabungkan berbagai media untuk menyampaikan pesan periklanan tertentu. Skripsi ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan penggunaan media yang dipakai dalam konten Jepang, yakni Uta no Prince-sama. Konten media yang digunakan adalah game, animasi, media cetak, CD, DVD, game smartphone, dan sebagainya. Selain media mix, produsen juga memanfaatkan potensi karakter dengan melakukan character merchandising. Dengan menggabungkan kedua hal tersebut tercipta simbiosis mutualisme antara fans sebagai konsumen dan produsen sebagai pembuat media. Serta penggunaan internet sebagai penyebar informasi mengenai konten.

ABSTRACT
Media mix is a form of a promotion by incorporating various media for sending an advertisement message. This research using descriptive analysis method explains the use of media mix from a Japanese content called Uta no Prince sama. The media contents that were involved in this creation are game, animation, books, CDs, DVDs, smartphone games and so on. Other than media mix, the makers of the content used the potential of the character to create character merchandising. The results of collaborating it, is the mutual symbiosis of fans consuming the media and merchandises, and the makers producing it. Also the main use of internet to spread information about the content.