

Mediascapes pada strategi promosi Johnny s Jimusho = Mediascapes on the promotion strategy of Johnny s Jimusho

Afifah Humayro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485752&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Johnny s Jimusho

(Kabushiki-gaisha Janiizu Jimusho) merupakan perusahaan yang bergerak di industri hiburan Jepang, yang didirikan oleh Johnny Kitagawa pada tahun 1962. Johnny s Jimusho terdiri dari idol pria yang telah berhasil mengembangkan beberapa idol group besar. Tugas akhir ini akan membahas mengenai aspek mediascapes terhadap strategi promosi produk Johnny s Jimusho melalui media, khususnya pada media internet. Penelitian ini menggunakan teori globalisasi oleh Arjun Appadurai dengan memfokuskan pada aspek mediascapes. Analisis akan dilakukan dengan memaparkan media-media yang mempopulerkan produk Johnny s Jimusho serta menganalisis pemanfaatan internet yang dilakukan oleh

Johnny s Jimusho.

ABSTRACT

Johnny s Jimusho

(Kabushiki-gaisha Janiizu Jimusho) is a company engaged in the Japanese entertainment industry, which founded by Johnny Kitagawa in 1962. Johnny s Jimusho consists of male idols who have successfully developed several large idol groups. This final project will discuss the aspects of mediascapes regarding Johnny s Jimusho s product promotion strategy through the media, especially on internet. This research is based on globalization theory by Arjun Appadurai which is focusing on the aspect of mediascapes. The research will be carried out by presenting media that popularized Johnny s Jimusho music products and researching the use of the internet by Johnny s Jimusho.