

Transmedia branding industri komik di era digital (studi kasus webtoon seventeen dan webtoon ending again) = Transmedia branding for comic industry in digital era (case study of webtoon seventeen and ending again)

Anggrayna Pradikma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516770&lokasi=lokal>

Abstrak

Adaptasi K-drama menjadi webtoon adalah sebuah kasus baru dalam transmedia branding pada industri komik di era digital. Penelitian ini akan menganalisis apakah adaptasi K-drama menjadi webtoon telah memenuhi nilai-nilai sebagai transmedia branding yang baik dalam mencapai tujuan pemasaran. Teori yang digunakan adalah Teori Transmedia Branding dari Burghardt Tenderich yang menjelaskan terdapat tiga elemen utama dalam keberhasilan transmedia branding yakni narratives, participation, dan brands. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus komparatif dengan membandingkan satu variabel pada dua sampel yang berbeda. Ada dua judul webtoon yang dievaluasi, yaitu "Seventeen" dan "Ending Again". Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kedua judul webtoon tersebut memiliki elemen narratives dan participation yang tinggi, namun elemen brands pada webtoon Seventeen termasuk rendah dan pada webtoon Ending Again termasuk sedang. Dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dalam memenuhi elemen transmedia branding yang baik.

.....The adaptation of K-drama into a webtoon is a new case in transmedia branding in the comic industry in the digital era. This study will analyze whether the adaptation of K-drama into a webtoon has fulfilled the values as a good transmedia branding in achieving marketing goals. The theory used is the Transmedia Branding Theory from Burghardt Tenderich which explains that there are three main elements in the success of transmedia branding, such as narratives, participation, and brands. The research method used is a comparative case study by comparing one variable in two different samples. There are two webtoon titles evaluated, namely "Seventeen" and "Ending Again". The results show that the two webtoon titles have high narratives and participation elements, but the brands element in Seventeen's webtoon is low and Ending Again's webtoon is moderate. So it can be concluded that both have their respective advantages and disadvantages in fulfilling the elements of good transmedia branding.