

# Analisis Penggunaan Transmedia Storytelling sebagai Strategi Pemasaran Album Red (Taylor's Version) oleh Taylor Swift = Analysis of Transmedia Storytelling as a Marketing Strategy for Red Album (Taylor's Version) by Taylor Swift

Labitta Alishia Pramesti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529272&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Di era konvergensi saat ini, konsumsi media mulai mengalami sebuah perubahan dimana pola konsumsi yang awalnya hanya satu arah, kini sudah mulai melibatkan penggunaan komunikasi dua arah. Kehadiran transmedia storytelling menjadi sebuah pendekatan baru, terutama dalam konteks penyebaran informasi kepada khalayak. Salah satu figur yang menerapkan pendekatan ini adalah Taylor Swift, ketika dirinya merilis sebuah album yang berjudul Red (Taylor's Version) pada tahun 2021. Oleh karenanya, penulisan ini menelaah secara mendalam tentang upaya promosi yang dilakukan oleh Taylor dalam menerapkan prinsip transmedia storytelling, sebagai strategi perilis album ini. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode content analysis dari berbagai publikasi, konten, maupun promosi lainnya yang digunakan Taylor Swift, terutama dalam akun media sosial @taylorswift dan @taylornation. Secara keseluruhan, hasil dari strategi promosi yang ditelaah melalui tujuh prinsip transmedia storytelling dapat dikategorikan berhasil. Hal ini dilihat dari segi jumlah streams lagu pada digital music platform, penjualan album, serta interaksi yang dihasilkan bersama para penggemar.

.....In the current era of convergence, media consumption is starting to experience a shift where the consumption pattern which was originally only one-way, has now begun to involve the use of two-way communication. The presence of transmedia storytelling has become a new approach, especially in the context of disseminating information to the public. One particular musician who utilizes this approach is Taylor Swift, when she released an album called Red (Taylor's Version) back in 2021. Therefore, this paper examines the promotional contents made by Taylor Swift in applying the principles of transmedia storytelling for the release of Red (Taylor's Version)'s strategy. The author uses a qualitative approach with content analysis methods from various publications, contents, and other promotions used by Taylor Swift, especially in the @taylorswift and @taylornation social media accounts. Overall, the results of the promotion strategy that were examined through the seven principles of transmedia storytelling can be categorized as successful. This is seen in terms of the number of song streams on the digital music platform, album sales, and the interaction generated with fans.