

Analisis Transmedia Storytelling Pada Pemasaran Studio Debut Album Olivia Rodrigo "Sour" = Analysis of Transmedia Storytelling in the Marketing of Olivia Rodrigo's Debut Album Studio "Sour"

Sabiela Ikrima Vitrian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537076&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era konvergensi media seperti sekarang ini, pola konsumsi media mengalami perubahan dari yang awalnya satu arah menjadi melibatkan interaksi dua arah. Pendekatan baru seperti transmedia storytelling menjadi hal baru, terutama dalam penyebaran informasi kepada khalayak. Olivia rodrigo merupakan contoh figur yang menerapkan pendekatan ini melalui perilisan album debutnya "SOUR" pada tahun 2021. Oleh karena itu, tulisan ini ingin menyelidiki upaya promosi dan pemasaran Olivia Rodrigo dalam menerapkan konsep transmedia storytelling sebagai strategi perilisan album ini. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis konten, penelitian ini mengamati berbagai publikasi, konten, dan promosi yang digunakan oleh Olivia Rodrigo. Secara keseluruhan, hasil dari strategi promosi yang dianalisis melalui tujuh prinsip transmedia storytelling dapat dianggap berhasil, terlihat dari kesuksesan lagu-lagunya yang meroket pada platform musik digital, jalinan yang positif dengan para khalayak, dan narasi album yang tersebar luas.

.....

In the current era of media convergence, media consumption patterns have changed from being one-way to involving two-way interaction. New approaches such as transmedia storytelling are something new, especially in disseminating information to the public. Olivia Rodrigo is an example of a figure who applies this approach through the release of her debut album "SOUR" in 2021. Therefore, this article wants to investigate Olivia Rodrigo's promotional and marketing efforts in applying the concept of transmedia storytelling as a strategy for releasing this album. Using a qualitative approach and content analysis method, this research examines various publications, content and other promotions used by Olivia Rodrigo. Overall, the results of the promotional strategy explained through the seven principles of transmedia storytelling can be considered successful, as seen from the skyrocketing success of the songs on digital music platforms, the interactive positive relationship with the audience, and the expansive narrative of the album.