

Pendekatan Transmedia Storytelling sebagai Strategi Pemasaran Album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' Oleh Hindia = Analysis of Transmedia Storytelling Approach as Marketing Strategy for Album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' by Hindia

Atrasina Luthfiyah Adviany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553375&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, industri musik tengah mengalami transformasi yang didorong oleh kemajuan teknologi. Kemajuan ini menawarkan aksesibilitas yang lebih besar dan membuka peluang baru bagi para musisi independen. Oleh sebab itu, para musisi independen perlu beradaptasi dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, seperti transmedia storytelling. Salah satu musisi independen Indonesia yang memanfaatkan transmedia storytelling dalam pemasarannya adalah Hindia. Studi ini bertujuan untuk mengobservasi penggunaan strategi transmedia storytelling oleh Hindia dalam pemasaran album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' untuk mendorong keterlibatan audiens. Jurnal makalah ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi. Narasi album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' oleh Hindia diobservasi melalui 7 prinsip transmedia storytelling oleh Jenkins dan keterkaitan dengan 5 proses audience engagement oleh Turner di dalamnya. Berdasarkan 7 prinsip transmedia storytelling, terdapat 4 prinsip, yaitu drillability, immersion vs extractability, worldbuilding, dan performance yang sangat mendorong keterlibatan audiens, mulai dari proses engage hingga reward. Keterlibatan ini membangun hubungan emosional yang lebih dalam antara Hindia dan audiensnya.

.....Currently, the music industry is undergoing a transformation driven by technological advances. This advancement offers greater accessibility and opens up new opportunities for independent musicians. Therefore, independent musicians need to adapt by utilizing effective marketing strategies, such as transmedia storytelling. One of the independent Indonesian musicians who utilizes transmedia storytelling in their marketing is Hindia. This study aims to observe the use of transmedia storytelling strategies by Hindia in marketing the album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' to encourage audience engagement. This presentation journal uses a qualitative method with an observational approach. The narrative of the album 'Lagipula Hidup Akan Berakhir' by Hindia is observed through the 7 principles of transmedia storytelling by Jenkins and the relationship with the 5 audience engagement processes by Turner in it. Based on the 7 principles of transmedia storytelling, there are 4 principles, namely Drillability, Immersion vs Extractability, Worldbuilding, and Performance which greatly encourage audience engagement, from the Engage process to Reward. This engagement builds a deeper emotional connection between Hindia and his audience.