

Analisis Strategi Brand Image K-Pop Girl Group: Penerapan Integrated Marketing Communication dalam Pemasaran Musik Aespa = Analysis of K-Pop Girl Group Brand Image Strategy: Application of Integrated Marketing Communication in Aespa Music Marketing

Nayla Faiza Ramadhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553385&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis aktivasi pemasaran Aespa guna memahami bagaimana brand image bertema cyberpunk mereka selaras dengan prinsip-prinsip Integrated Marketing Communication (IMC). Melalui pendekatan analisis kualitatif terhadap materi promosi seperti logo, merchandise, kolaborasi merek, dan acara interaktif, penelitian ini mengidentifikasi strategi-strategi kunci yang mendukung identitas futuristik dan cyberpunk grup Aespa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi elemen branding tematik, baik melalui visual maupun pengalaman interaktif, berhasil memperkuat asosiasi konsumen terhadap estetika unik Aespa. Studi ini menyoroti pentingnya narasi merek yang kohesif di berbagai platform untuk membangun brand image yang kuat dan mudah dikenali. Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan bahwa merek dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas konsumen melalui penerapan konsistensi tematik dan eksplorasi tren budaya. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi pengukuran kuantitatif persepsi konsumen dan membandingkan efektivitas strategi branding tematik di antara grup K-pop lainnya.

.....This study examines Aespa's marketing activations to understand how their cyberpunk-themed brand image aligns with integrated marketing communication (IMC) principles. Utilizing a qualitative analysis of Aespa's promotional materials, including logos, merchandise, brand collaborations, and interactive events, the research identifies key strategies that contribute to their futuristic and cyberpunk identity. Findings reveal that consistent thematic branding, through visual elements and interactive experiences, strengthens consumer association with the group's unique aesthetic. The study highlights the effectiveness of maintaining a cohesive brand narrative across multiple platforms to build a strong, recognizable brand image. Practical implications suggest that brands can enhance engagement and loyalty by adopting thematic consistency and leveraging cultural trends. Future research could further explore quantitative measures of consumer perception and compare thematic branding strategies across different K-pop groups.