

Analisis Transmedia Storytelling dalam Strategi Pemasaran K-Pop = Transmedia Storytelling Analysis in K-Pop's Marketing Strategy

Dita Azzura Fredella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553647&lokasi=lokal>

Abstrak

Popularitas industri hiburan Korea Selatan mengalami perkembangan pesat dalam satu dekade terakhir dan K-pop menjadi salah satu faktor pendorong di balik popularitas tersebut. Hal ini tidak lepas dari beragam strategi pemasaran yang dilakukan oleh agensi pengelola dalam memasarkan musik para artisnya. Agensi pengelola sangat pandai menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran akan artis dan musik baru, berinteraksi dengan penggemar, dan mendistribusikan musik dengan biaya yang relatif rendah. Salah satu strategi yang kini mulai dilirik oleh banyak agensi pengelola adalah transmedia storytelling, sebuah strategi perluasan narasi yang didistribusikan melalui berbagai saluran media untuk menambah wawasan baru terhadap keseluruhan narasi. Strategi ini telah digunakan oleh beberapa grup, tetapi perluasan narasi yang kompleks terlihat dari SM Culture Universe (SMCU) milik SM Entertainment dan Bangtan Universe milik BTS. SMCU menggunakan jenis transmedia bergaya West Coast yang bersifat ringan, sedangkan Bangtan Universe menggunakan perpaduan gaya West Coast dan East Coast yang bersifat lebih interaktif. Kedua semesta ini menggunakan pendekatan media yang berbeda yang menyesuaikan dengan narasi yang mereka angkat. Melalui transmedia storytelling, baik SMCU maupun Bangtan Universe membuka ruang partisipasi bagi penggemar untuk terlibat dalam narasi utama melalui petunjuk-petunjuk kecil yang diberikan dalam setiap media. Hal ini tentunya akan semakin membangun loyalitas antara artis dan penggemarnya.

The popularity of South Korean entertainment industry has grown rapidly in the last decade and K-pop is one of the supporting factors of this popularity. This is inseparable from the various marketing strategies conducted by the management agency to promote the music of its artists. Management agencies are very good at using social media to raise awareness of new artists and music, interact with fans, and distribute music at a relatively low cost. One strategy that is looked by many management agencies nowadays is transmedia storytelling, a narrative expansion strategy that is distributed through various media channels to add new insights to the overall narrative. This strategy has been used by several groups, but the complex narratives is seen in SM Entertainment's SM Culture Universe (SMCU) and BTS's Bangtan Universe. SMCU uses West Coast Transmedia style, meanwhile Bangtan Universe uses a blend of West Coast and East Coast styles that are more interactive. These two universes use different media approaches that conform to the narratives they adopt. Through transmedia storytelling, both SMCU and Bangtan Universe open up space for fans to be involved in the main narrative through small clues given in each medium. This of course will further build loyalty between the artist and the fans.