

Penggunaan Transmedia storytelling dalam strategi pemasaran musik BTS Love Yourself = The Use of Transmedia storytelling in the music marketing strategy of BTS Love Yourself

Salsabilla Rivana Isyroq, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511318&lokasi=lokal>

Abstrak

BTS merupakan grup musik yang berasal dari Korea Selatan yang telah memecahkan berbagai rekor di industri musik global. BTS merupakan grup musik pertama yang menjadi pembicara dalam sidang umum resmi PBB ke -73 pada tahun 2018 dengan membawa isu cinta diri yang juga merupakan narasi yang mereka bawaan pada album Love Yourself. Keberhasilan BTS dalam menyebarkan narasi mengenai cinta diri ini tidak lepas dari penerapan transmedia storytelling dalam strategi pemasaran musik mereka.

Transmedia storytelling yang dilakukan BTS pada strategi pemasaran musiknya disebut dengan Bangtan Universe. Makalah ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerapan elemen dan prinsip transmedia storytelling yang dilakukan oleh BTS dalam memasarkan musik pada album Love Yourself. Bentuk konten transmedia storytelling yang akan dianalisis pada makalah ini berupa musik, film pendek, musik video, poster, Webtoon, dan Blog yang tersebar di media sosial. Penerapan transmedia storytelling pada pemasaran pada album BTS Love Yourself telah memberikan dampak positif bagi BTS sebagai sebuah brand baik keuntungan secara finansial maupun dalam membangun hubungan yang kuat dengan para penggemarnya.

.....BTS is a music group originating from South Korea that has broken various records in the global music industry. BTS is the first music group to speak at the 73rd official UN general assembly in 2018 with the issue of self-love which is also the narrative they brought to the album Love Yourself. The success of BTS in spreading narratives about self-love cannot be separated from the application of transmedia storytelling in their music marketing strategy. The transmedia storytelling which introduced by BTS on their music marketing strategy is called Bangtan Universe. This paper aims to see how BTS's transmedia storytelling elements and principles are applied in marketing music on the Love Yourself album. The form of transmedia storytelling content to be analysed in this paper is in the form of music, short films, music videos, posters, Webtoon, and Blogs that are spread on social media. The application of transmedia storytelling to the marketing of the BTS album Love Yourself has had a positive impact on BTS as a brand both in terms of financial benefits and in building strong relationships with its fans.