

Transmedia Storytelling Dalam Pemasaran Musik: Studi Terhadap Grup Musik Feast = Transmedia Storytelling in Music Marketing: A Study of Feast

Timothy Aaron, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529191&lokasi=lokal>

Abstrak

Popularitas musik independen Indonesia dalam beberapa tahun terakhir melesat akibat semakin terdigitalisasinya musik Indonesia. Pemasaran musik di Indonesia juga menjadi semakin kreatif dengan memanfaatkan platform digital. Salah satu cara pemasaran melalui media sosial adalah transmedia storytelling yang memanfaatkan berbagai media untuk menceritakan satu narasi yang utuh. Salah satu grup musik Indonesia yang memanfaatkan transmedia storytelling dalam pemasarannya adalah Feast. Dengan narasi Multisemesta, Feast menggabungkan album-albumnya ke dalam satu semesta, kemudian dipecah ke dalam beberapa dunia yang disebut sebagai Earth. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah qualitative content analysis. Album Feast yang paling berhasil menerapkan transmedia storytelling dalam pemasaran media sosialnya adalah album Beberapa Orang Memaafkan dengan jumlah diputar sebanyak 78.227.353 per Oktober 2022 karena mengedepankan user-generated content atau prinsip performance yang mendorong partisipasi audiens. Peneliti menemukan bahwa dengan menggunakan transmedia storytelling yang mengedepankan prinsip performance, maka audience dapat membentuk makna baru dari produk utama, dalam kasus ini lagu, yang kemudian diproduksi ulang ke dalam bentuk konten lain sehingga dapat membantu penyebaran musik, mendorong keberhasilan promosi terutama melalui media sosial yang memiliki prinsip content-sharing dan interaction yang sangat kuat.

.....The popularity of Indonesian independent music in recent years has accelerated due to the increasing digitalization of Indonesian music. Music marketing in Indonesia is also becoming more creative by utilizing digital platforms. One way of marketing through social media is transmedia storytelling, which uses various media to tell a complete narrative. One of the Indonesian music groups that uses transmedia storytelling in its marketing is Feast. With the Multiverse narrative, Feast combines its albums into one universe, then it is divided into several worlds called Earth. Methodology used in this research is qualitative content analysis. The Feast album that has most successfully implemented transmedia storytelling in its social media marketing is the album Some People Forgive, with a total of 78,227,353 views as of October 2022, because it prioritizes user-generated content or performance principles that encourage audience participation. The researcher found that by using transmedia storytelling that puts forward the principle of performance, the audience can form new meanings from the main product, in this case, the song, which is then reproduced into other forms of content so that it can help spread music and encourage successful promotions, especially through social media that uses social media. It has very strong content-sharing and interaction principles.