

Identitas Blackpink sebagai Brand yang Sukses dengan Konsep Girl-Crush = Blackpink's Identity as a Successful Brand with Girl-Crush Concept

Pasaribu, Shintya Florentina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554038&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan yang sengit dalam industri K-Pop mendorong agensi K-Pop untuk terus berkreasi dan mencoba berbagai konsep, termasuk diantaranya konsep girl-crush yang dewasa ini mulai banyak digunakan oleh grup K-Pop perempuan seiring dengan berkembangnya gerakan feminisme di dunia. Blackpink adalah grup K-Pop perempuan yang paling sukses membawakan konsep girl-crush. Hanya empat tahun setelah debut, Blackpink berhasil mendapatkan gelar sebagai grup perempuan terbesar di dunia. Bagaimana Blackpink dapat membangun identitasnya dengan cepat, kuat, dan solid? Setelah menelusuri sumber seperti jurnal, website resmi, dan artikel media yang membahas mengenai Blackpink, ditemukan bahwa pembentukan identitas Blackpink sesuai dan memenuhi enam komponen model identitas brand oleh de Chernatony (1999) yang terdiri dari visi (vision), budaya (culture), pemosisian (positioning), kepribadian (personality), relasi (relationship), dan presentasi (presentation).

.....Fierce competition in the K-Pop industry encourages K-Pop agencies to continue to be creative and try various concepts, including the girl-crush concept which is currently being widely used by female K-Pop groups along with the development of the feminism movement in the world. Blackpink is the most successful female K-Pop group in bringing the girl-crush concept. Only four years after its debut, Blackpink managed to get the title as the biggest girl group in the world. How can Blackpink build its identity quickly, strongly, and solidly? After browsing sources such as journals, official websites, and media articles discussing Blackpink, it was found that the formation of Blackpink's identity fits and fulfills the six components of de Chernatony's (1999) brand identity model consisting of vision, culture, positioning, personality, relationship, and presentation.