

ABSTRAK

Rekomendasi Perancangan Transmedia untuk Meningkatkan Personal Branding Vtuber (Studi Kasus:Miori Celesta)

Oleh:

Bintang Septiawan

1601193320

Budaya populer tumbuh dan berkembang secara pesat di Indonesia lewat media massa, salah satunya Anime yang populer di Indonesia berkat penayangannya di televisi Indonesia yang disambut respon positif sehingga menjadi trend yang populer. Hingga saat ini, banyak fans yang membentuk komunitas fanbase dan terobsesi dengan hal - hal yang berkaitan dengan budaya populer Jepang, Idol salah satunya. Di Jepang sendiri, Idol berkembang sangat pesat dan massal penyebarannya sehingga merambah ke dunia virtual yang melahirkan Idol virtual seperti Kizuna AI yang terkenal dalam komunitas Vtuber, membuat banyak fans yang ingin menjadi talent VTuber. Namun, banyaknya jumlah talent yang muncul membuat para talent kesulitan untuk bersaing dengan talent lain dan memunculkan dirinya untuk menarik perhatian penonton. Salah satunya adalah Miori Celesta, ia masih belum cukup untuk bersaing dengan talent VTuber yang sudah memiliki nama besar di dalam komunitas VTuber akibat belum memiliki *personal branding* yang kuat untuk menarik perhatian penonton. Oleh karena itu, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka diperlukan perancangan transmedia untuk memperkuat *personal branding* dari Miori Celesta. Hasil dari Penelitian diharapkan dapat menjadi saran untuk meningkatkan popularitas Miori Celesta dan sebagai sampel untuk talent VTuber lainnya untuk memberikan pengalaman interaktif dan menarik kepada penggemar.

Kata kunci: *Personal branding*, Transmedia, Vtuber, Miori Celesta