

The Future of Social Media: masa depan Virtual Influencers yang semakin menjanjikan



Dunia influencer marketing telah menuju ke tahap lebih jauh. Para influencer umumnya adalah orang-orang terkenal yang memiliki pengaruh terhadap para audiens. Namun, apa jadinya jika influencer merupakan sebuah karakter fiktif?

Miquela Sousa (@lilmiquela), mulai mem-posting di Instagram sekitar dua tahun lalu. Saat ini dia telah berhasil mengumpulkan lebih dari 1 juta pengikut. Lalu, apa istimewanya? Miquela merupakan karakter virtual, atau secara spesifik berupa kepala CGI yang dipasangkan pada tubuh model.

Posting yang ia lakukan secara umum sama dengan yang kerap ditemukan pada influencer lainnya. Pakaian trendi, pose yang sama, hingga lokasi yang sama. Banyak orang berdebat mengenai keberadaan Miquela, namun pertanyaan terbesarnya adalah: Akan jadi seperti apa karakter ini di masa depan?

Menciptakan sebuah drama virtual

Brud, perusahaan berbasis di LA sebenarnya telah mengatur seluruh drama dan mengaku sebagai perusahaan di balik influencer virtual ini. Di post terbaru Miquela, dia mengatakan bahwa dirinya adalah "free agent".

Brud is a group of Los Angeles based problem solvers specializing in robotics, artificial intelligence and their applications to media businesses. We've built a team of people interested in leveraging technology to better things as eloquently as possible. If you're working on something and think you could use some help send us an email.

Kisah diceritakan olehnya seolah-olah dia adalah orang yang nyata, tetapi dalam kenyataannya itu dikatakan oleh Brud. Brud menggambarkan bahwa perusahaan telah mengendalikannya secara tidak langsung. Berbeda dengan studio film kehidupan nyata yang mengendalikan seorang bintang secara langsung.

Konsep baru influencer marketing

Semua upaya tersebut merupakan sebuah konsep baru, di mana Miquela menciptakan sebuah alur cerita realitas yang sangat menarik. Mengingat bahwa audiens telah berinteraksi dengan brand dan mengikuti kehidupan influencer manusia secara lebih dekat. Sehingga, influencer dan brand hampir seperti teman.



Para audiens secara tidak sadar mulai terpengaruh untuk mengikuti setiap perkembangan kehidupan para influencer. Bagaimana mereka menjalani kesehariannya, menghabiskan waktu luang, dan sebagainya. Konsep inilah yang berusaha diangkat oleh Miquela, namun secara virtual.

Investasi dalam virtual influencer

Brud, perusahaan yang berada di balik layar tidak hanya mendapat untung dari drama Miquela. Akan tetapi juga sukses mengumpulkan \$ 6 juta dari investor Silicon Valley. Fakta ini mengindikasikan bahwa terdapat banyak minat di masa depan tentang apa yang dapat terjadi dengan pengaruh virtual influencer ini.



Tokoh-tokoh influencer saat ini, seperti selebritis dari berbagai kalangan telah lama dirancang dengan hak mereka sendiri. Para influencer (dan segala sesuatu di sekelilingnya) sepenuhnya sadar akan jangkauan komersial dan kemampuan mereka untuk mempengaruhi.

Pikirkan bagaimana jika Anda tidak harus membayar influencer, bekerja berdasarkan keinginan pribadi mereka, tetapi masih menikmati semua manfaat fanbase dan semua jangkauan audiens? Saat ini, hal tersebut adalah sesuatu yang akan dibayar mahal oleh perusahaan. Memproduksi para “bintang” yang akan mempromosikan produk mereka setiap hari tanpa adanya pro-kontra. Bukankah ini merupakan impian bagi setiap perusahaan?

Apa yang akan terjadi selanjutnya?

Semua konsep di atas pada akhirnya memunculkan pertanyaan tentang hubungan konsumen dengan influencer:

- Apakah ada yang benar-benar peduli jika orang itu virtual atau nyata?
- Anda mungkin tidak akan pernah bertemu sebagian besar influencer virtual yang Anda ikuti. Apa bedanya bagi Anda jika mereka ada atau tidak?



Influencer marketing telah menuju ke tahap lebih jauh. Namun, masih harus dilihat apakah akan terus menjadi keputusan sadar untuk menjaga penampilan virtual pada

spektrum realisme ini. Karena teknologi itu bertujuan untuk membuat manusia yang hampir seluruhnya fotorealistik. Membutuhkan banyak waktu dan biaya mahal untuk membuatnya hampir sempurna.

Ini adalah awal konsep baru dalam konsumsi konten sosial. Seperti halnya tren yang baru lahir, mustahil untuk mengetahui secara pasti bagaimana masa depannya. Mari kita nantikan bersama perkembangan drama Brud dan Miquela.

Source:

<https://artplusmarketing.com/are-virtual-influencers-like-lilmiquela-the-future-of-social-media-b945f08d85bb>

<https://www.instagram.com/>

<https://www.pexels.com/>