

MEDIA VERKENNING
SOCIAL MEDIA ONDERZOEK
AR-JANE

YASSIN CHEHLAOU

Inleiding

Arjanne Beukers (alias: Ar-Jane) is een 21-jarige singer-songwriter die uit het zuiden van Nederland komt. Met haar melancholische muziek en eerlijke teksten wilt zij een gevoelige kant van haarzelf laten zien en zich daarmee verbinden met haar luisteraars.

Als het gaat over social media platforms die ze gebruikt dan zijn dat Instagram, Twitter, Facebook, YouTube en Tiktok. Instagram is het platform waar ze het meest actief op is, daar plaatst ze regelmatig alledaagse foto's maar ook bijvoorbeeld aankondigingen van optredens. Op haar andere platforms is ze wat minder actief, maar deze platforms kunnen zeker bruikbaar zijn als ze actief gebruikt worden. Hiermee kan ze een veel grotere doelgroep bereiken.



Het doel van dit onderzoek is om een goed beeld te krijgen over de social media platformen waarmee artiesten zichzelf promoten en welke platforms op het moment de meest effectieve zijn om Ar-Jane als artiest te marketen.

Instagram

Instagram is een platform, met meer dan 1 miljard gebruikers, waarop mensen foto's, video's en verhalen kunnen posten om zo te interacteren met mensen over de hele wereld. Dit platform is ook zeker een platform die gebruikt wordt door meeste, zoniet alle, artiesten als deel van hun marketingstrategie. Heel veel jongeren gebruiken Instagram en hun feeds zitten vol met posts, waaronder posts van artiesten die bijvoorbeeld hun aanstaande single of album promoten en deze strategie is eentje die al jaren erg effectief is. Instagram is zeker een belangrijk deel van een marketingstrategie als artiest. Ar-Jane gebruikt Instagram al op een effectieve manier, er is een combinatie van haar alledaagse leven doormiddel van foto's van haarzelf en haar muziek doormiddel van aankondigingen van eventuele optredens. Dit moet ze zeker blijven doen.



Twitter

Twitter is een platform met ongeveer 192 miljoen dagelijkse gebruikers wereldwijd.

Twitter is een wat formelere platform vergeleken met Instagram, maar alsnog is

Twitter een bruikbaar platform voor artiesten om hun werk te promoten. Op

Twitter kan je gemakkelijk links, videos en ook foto's delen om mensen up-to-date

te houden. Twitter is wat meer text-based dan andere platformen, maar

hierdoor is het makkelijker en meer straight to the point om jezelf als artiest te

marketen. Twitter is ook een bruikbaar platform voor een artiest. Op Twitter is Ar-Jane niet al

te actief. Haar laatste post was in November maar alles wat ze wel heeft gepost ging over

aankondigingen van haar nieuwe liedjes, video's en optredens. Dit deed ze goed. Twitter is

zeker een goed platform om in je marketingstrategie te hebben, dus de focus hierop van

November moet ook terugkeren.



Facebook

Facebook is een platform die al heel lang heel veel gebruikers heeft.

Het is een van de eerste platforms, die samen met Hyves en MySpace

rond dezelfde tijd uitkwam, waarmee mensen zich konden aanmelden

om foto's, videos en updates te posten over zichzelf. Het heeft daarom

ook maar liefst 1.8 miljard gebruikers en het platform blijft een goede

manier om jezelf als artiest te marketen. Facebook heeft ook heel veel

gebruikers van een wat oudere leeftijd die je niet zo snel op Instagram

of Twitter zou zien, hiermee zou je dus een wat grotere bereik hebben.

Facebook is zeker ook een bruikbaar platform voor een artiest. Op dit platform is Ar-Jane

inconsistent qua posts, maar dat komt mede doordat ze qua muziekaankondigingen niet veel

te updaten heeft. Haar laatste post was op 18 februari, over een optredenaankondiging maar

de tijd tussen deze post en de vorige was ongeveer 3 maanden. Facebook is ook zeker een

handig platform voor Ar-Jane om een oudere doelgroep te bereiken en de focus moet ook op

dit platform terugkomen. Ze kan zich hier puur focussen op haar muziekaankondigingen en

eventuele andere updates en dit zou zorgen voor een wat groter bereik.



Reddit

Reddit is een platform die vooral gebruikt wordt voor nieuws-

updates en discussies. Dit platform heeft een gebruikersaantal

van 430 miljoen maar dit platform zou niet al te effectief zijn als

deel van een marketingstrategie voor beginnende artiesten. Op dit

platform kunnen fans een Subreddit (een groep waarin wordt

gepost over een specifiek onderwerp/persoon) maken en

deelnemen. Je ziet heel veel subreddits waarin fans up-to-date

blijven over hun favoriete artiesten zoals de subreddits:

r/JuiceWRLD of r/BillieEilish etc.



Een Subreddit op Reddit is een goede manier om op een wat beter niveau te interacteren met je luisteraars, maar het is niet zo zeer een heel effectief platform om jezelf als beginnende artiest te promoten. Op het moment denk ik niet dat Reddit een nodig platform is voor Ar-Jane. Als ze wat groter wordt als artiest dan kan Reddit natuurlijk geen kwaad, maar het is het niet waard om hier nu de focus op te leggen.

Youtube

Youtube is een enorm groot platform waar iedereen op heel de wereld een account kan aanmaken om video's te plaatsen, het heeft ook maar liefst 2 miljard gebruikers en Youtube hoort 100% bij een goede marketstrategie. Op dit platform heb je een erg groot bereik en kan je als artiest muziekvideo's, video's van optredens en nummers/albums posten. Muziekvideo's zijn een van de beste manieren om aandacht te trekken aan je muziek dus Youtube is zeker een key-part om jezelf als artiest te promoten. Ar-Jane maakt hier al goed gebruik van met haar live recording video's, maar voor toekomstige muziekvideo's is YouTube een must-have als platform. Op dit platform moet de focus zeker blijven.



Tiktok

Tiktok is op dit moment het snelst-groeiende platform met 689 miljoen gebruikers en dat in maar liefst 4 jaar van bestaan. Tiktok heeft vooral een wat jonger publiek dus het zou zeker een handige manier zijn om je muziek te promoten naar een wat jongere doelgroep. Iedereen kan korte videos posten en in die videos gebruik maken van liedjes voor onder hun video, dit is de manier hoe artiesten ineens heel veel luisteraars krijgen. Als Tiktok-gebruikers liedjes horen die ze leuk vinden dan zijn ze snel geneigd om het liedje in hun playlist te doen. Een goed voorbeeld is het liedje "Savage Love" van de artiest Jason Derulo. Op een gegeven moment ontstond er een trend waarin Tiktokkers een dansje deden op dit specifieke nummer, steeds meer en meer mensen deden het dansje na en de trend werd groter terwijl de streams van dit liedje ook erg hard verdubbelde. Dit gebeurde ook voor de artiest Lil Nas X met zijn nummer "Old Town Road", Olivia Rodrigo met haar album "SOUR", Megan Thee Stallion met haar nummer "Savage" en nog veel meer andere artiesten. Het is heel makkelijk voor een artiest om ogen op hun muziek gericht te krijgen doormiddel van Tiktok. Er hoeven niet per se danstrends gemaakt te worden om mensen aan te trekken naar je muziek, een simpele video waarin je je muziek previewed zou al voldoende zijn om op iemands feed te komen. Op dit moment is Tiktok het beste platform om jezelf als artiest te marketen aangezien het zo nieuw en trending is.



Op Tiktok heeft Ar-Jane 1 video gepost waarin ze een cover zingt van het liedje “evermore” van Taylor Swift. Het zou zeker geen kwaad kunnen om haar muziek te promoten op dit platform, maar het is niet 1 van de platforms om de volledige focus op te leggen als het gaat om consistente marketing.

Hoe artiesten omgaan met hun social media-accounts

De meeste artiesten maken gebruik van zoveel mogelijk social media platforms om zoveel mogelijk bereik te hebben. Grotere artiesten hebben meestal managers achter zich die hun social media-accounts voor hen besturen, maar een groot aantal artiesten besturen hun accounts nog zelf. Als voorbeeld neem ik “Phoebe Bridgers”. Op haar Instagram-account post zij zowel alledaagse foto’s van haar leven als aankondigingen van optredens, tours en aankomende albums en/of singles. Doormiddel van alledaagse foto’s kan ze een wat natuurlijkere band vormen met haar luisteraars, ze kunnen een kijkje nemen in haar persoonlijk leven en dat zorgt voor een betrokken gevoel bij haar luisteraars. Op Twitter houdt ze de focus wat meer op haar muziek en aankondigingen die daarmee te maken hebben, maar ze re-tweet ook posts van andere accounts die zij grappig of aansprekend vindt en daarnaast post ze hier en daar ook wat persoonlijke updates en gedachtes. Als het gaat om Facebook, dan houdt ze het puur op haar muziek, haar optreden-aankondigingen en algemene updates. YouTube gebruikt zij, zoals bijna alle artiesten, als haar platform om muziekvideo’s te uploaden. Ze heeft ook een TikTok-account, daar is ze niet echt actief op en daar post zij ook wat minder serieuze en minder muziek-gerelateerde dingen op. Maar dit komt vooral omdat zij als artiest TikTok niet nodig heeft als deel van haar marketingstrategie aangezien zij ver voor het bestaan van TikTok al een grote artiest was. Een wat kleinere artiest, “midwxst”, gebruikt TikTok wel als een deel van zijn marketingstrategie. Hij post bijna dagelijks posts waarin hij zijn muziek promote of previewed en daarmee trekt hij veel ogen naar zijn muziek. Een andere artiest genaamd “SSGKobe” heeft doormiddel van TikTok zijn doorbraak in de muziekwereld veroorzaakt met zijn nummer “thrax”. Hij had simpelweg een korte TikTok gepost waar zijn liedje onder zat, vervolgens maakten mensen TikToks waarin ze dit liedje gebruikten en voor hij het wist had hij miljoenen streams op zijn liedje.

Conclusie

Wat we uit dit onderzoek kunnen concluderen is dat Instagram, Twitter en Facebook alle 3 kernplatformen zijn om je muziek te promoten via foto’s, kleine videos en tekstuele updates. Hiermee bereik je heel veel leeftijdsgroepen, op Instagram is dat vooral tieners tussen de 13-18, op Twitter is dat ook vooral tieners maar ook volwassenen tussen de 18-30 en op Facebook is dat vooral volwassenen tussen de 20-50. YouTube is een kernplatform als het gaat om muziekvideo’s plaatsen, dit helpt zeker met de promotie van je muziek. Reddit is een platform wat handig kan zijn zodra je al een wat grotere fanbase hebt samengesteld. Maar Tiktok is het meest effectieve platform aangezien Tiktok een redelijk nieuw platform is en, op het moment, het platform is met de meest actieve gebruikers. Hiermee bereik je voornamelijk een wat jongere leeftijdsgroep van mensen tussen de 12-18.

Voor Ar-Jane is het het slimst om de focus te houden op: Instagram, Twitter, Facebook en YouTube. Haar muziek heeft een wat serieuzere uitstraling met een specifieke doelgroep waar TikTok niet helemaal onder valt. Voor nu kan ze zich beter focussen op haar Instagram account, hier moet ze gewoon verder gaan met de combinatie van muziek en haar eigen leven te delen. Op Twitter moet ze de consistentie met haar muziekpromotie opnieuw oppakken, hetzelfde geldt voor Facebook. En YouTube moet ze zeker ook gebruiken doormiddel van het posten van muziekvideo's en, zoals voorheen, haar live recordings. Dat is de beste strategie.

CMD-methods:

De CMD-methods die toegepast zijn in dit onderzoek zijn:

Library: Literature Study en Trend Analysis

Field: Interview

Showroom: Peer Review

Bronvermelding:

Wiebe, D. A. (2020, 29 december). *The 6 Best Social Media Platforms For Musicians*.

Music Industry How To. Geraadpleegd op 23 februari 2022, van

<https://www.musicindustryhowto.com/6-best-social-media-platforms-for-musicians/>

Dean, B. (2022, 5 januari). *TikTok User Statistics*. BackLinko. Geraadpleegd op 23

februari 2022, van <https://backlinko.com/tiktok-users>