

Sikap khalayak terhadap iklan intrusif dalam bentuk pre roll video ad di youtube = Audience attitude toward intrusive advertising in youtube pre roll video advertising

Dave Ependi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387771&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK]

Format iklan video di internet yang sedang populer saat ini adalah pre-roll video advertising, yang marak digunakan melalui situs YouTube, dalam bentuk dapat dihindari maupun tidak. Format iklan ini dikategorikan sebagai iklan intrusif yang dapat menimbulkan kejengkelan khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan pendapat dan sikap khayalak terhadap penggunaan pre-roll video advertising yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi pada tweet. Peneliti mengumpulkan 839 tweet yang mengandung kata kunci di periode satu bulan. Analisa isi menunjukkan hasil bahwa mayoritas pengguna membangun sikap negatif terhadap bentuk iklan ini. Kemudian, dilakukan wawancara mendalam yang menemukan adanya faktor-faktor seperti eksekusi, konten, dan interaksi dua arah yang dapat mengurangi rasa terganggu dan sikap menghindar.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

, One popular format of online video advertising is pre-roll video advertising which now recurrently used in YouTube site, both in skippable and non-skippable forms. This form of advertising can be categorized as intrusive and could cause irritation and advertising avoidance behavior. This research aims to portray consumers' opinion toward the using of pre-roll video advertising by utilizing content analysis method in analyzing tweets. Researcher gathers 839 tweets that contains the keywords within one month period. The findings show that majority of digital users have negative attitudes toward pre-roll video advertising. Subsequently, the study utilizes in-depth interviews which finds several factors, including: execution, content, and interactivity that could reduce irritation and advertising avoidance.]