

Click bait : iklan palsu di konten konsumen = Click bait : false advertising in consumer generated content

Lubis, Arandarga, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447067&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ketika iklan palsu digunakan dalam konten konsumen yang dihasilkan untuk keuntungan pribadi, ada proses bagaimana fenomena ini terjadi. Dengan kemudahan akses terhadap media sosial, untuk memahami proses ini sangatlah penting. Dibangun dari teori Signaling, diusulkan melalui diagram konseptual yang strategi iklan, sinyal merek, dan risiko yang dirasakan memainkan peranan masing-masing untuk menentukan utilitas konsumen diharapkan. Implikasi dari proposisi meluas terhadap aspek psikologis dan kurangnya literatur pemasaran.

ABSTRACT

When false advertising is used within consumer generated content for personal gain, there is a process of how this phenomenon occurs. With the ease of access towards social media, understanding this process is important. Constructed from Signaling theory, it is proposed through a conceptual diagram that advertising strategies, brand signals, and perceived risks plays their respective roles to determine expected consumers utility. The implication of the proposition extends towards psychological aspect and lack of marketing literature.