

Menganalisa reaksi pengguna sosial media terhadap iklan Pepsi "live for now" moments anthem melalui Youtube Twitter = Analyzing people reactions towards Pepsi "live for now" moments anthem advertisement on Youtube Twitter

Aloysia Agnes Edita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468726&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi reaksi pengguna Twitter dan Youtube terhadap iklan terbaru Pepsi Live for Now Moments Anthem yang pertama kali ditayangkan dan didistribusikan di media sosial pada tanggal 4 April 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana reaksi publik, positif maupun negatif dengan mengolah data dari Twitter dan Youtube, juga untuk mendapatkan kata kunci konsep seputar perbincangan Pepsi di media tersebut untuk mengevaluasi keefektifannya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan peta konsep dan daftar tabel dalam mengumpulkan data dari dua platform media sosial Twitter dan Youtube .

ABSTRACT

This research is to explore Twitter and Youtube user's reactions in regards to Pepsi latest advertisement "Live for Now Moments Anthem", which was first aired and distributed throughout the social media on April 4th 2017. The aim of this research is to determine how people react towards the advertisement whether positive or negative by generating data from social media platforms Twitter and Youtube comments, also to find key concepts that surrounds Pepsi advertisement conversation to evaluate its effectiveness. This research is a qualitative research, with concept map and ranked list data analysis as its approach of data collection.