

Periklanan di Media Sosial: Memahami Perbedaan antara Strategi Kanzler di TikTok dan Instagram = Advertising on Social Media: Understanding the Difference between Kanzler Strategies on TikTok and Instagram

Malaikha Dayanara Kridaman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535435&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini menjelaskan dan membandingkan strategi periklanan di media sosial TikTok dan Instagram. TikTok menjadi semakin berpengaruh (Katadata.co.id, 2020), melampaui platform yang sudah lebih mapan seperti YouTube dan Instagram. Merespon perkembangan ini, Instagram mengembangkan fitur 'Reels' yang serupa dengan video TikTok untuk menjaga persaingan. Perubahan ini telah memengaruhi cara periklanan menggunakan user-generated video (UGV) (Zhang et al., 2020). Artikel ini menggunakan teori social media engagement (Colicev, et al., 2018) dan membandingkan dua platform media sosial yang paling sering digunakan, yaitu TikTok dan Instagram. Makalah ini berfokus untuk menjelaskan efektivitas strategi yang digunakan untuk iklan daring dengan membandingkan gulungan TikTok dan Instagram untuk memfasilitasi jenis iklan baru. Artikel ini berpendapat bahwa iklan di TikTok akan memiliki pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan dengan Instagram.

.....

This article describes and compares advertising strategies on social media TikTok and Instagram. TikTok is becoming increasingly influential (Katadata.co.id, 2020), surpassing more established platforms such as YouTube and Instagram. Responding to this development, Instagram developed 'Reels' with similar features as TikTok videos to maintain competition. These changes have affected how advertising uses user-generated videos (UGVs) (Zhang et al., 2020). This article uses Colicev et al.'s (2018) social media engagement theory and compares two of the most used social media platforms, TikTok and Instagram. This paper focuses on explaining the effectiveness of strategies used for online commercials by comparing TikTok and Instagram reels to facilitate new kinds of advertising. The article argues that commercials on TikTok will have a more significant influence than on Instagram.