https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

PENGARUH KEUNIKAN KONSUMEN DALAM MERESPON SEBUAH KONTEN VIRAL

Created by FILLIS DILEN PANORAMA

Subject : KEUNIKAN KONSUMEN DALAM MERESPON SEBUAH KONTEN VIRAL

Subject Alt : KEUNIKAN KONSUMEN DALAM MERESPON SEBUAH KONTEN VIRAL

Keyword : : KEUNIKAN KONSUMEN DALAM MERESPON SEBUAH KONTEN VIRAL

Description :

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Allsop, Bassett, dan Hoskins menunjukkan bahwa 59% masyarakat secara teratur melakukan penyebaran konten secara online. Fenomena merk lokal yang berhasil meningkatkan citra merk nya dengan menggunakan konten online. Atau seperti fenomena Jokowi – Ahok pada pemilihan gubenur Jakarta yang lalu, Namun apabila tidak dikelola dengan baik, penyebaran informasi secara online juga dapat menghempaskan citra merk sebuah produk atau jasa bahkan sebuah institusi.
Penelitian lanjutan ini hendak menyelidiki pengaruh dimensi kebutuhan untuk merasa unik (independent) dalam melemahkan efek viral, dan bagaimana amussment sebuah konten mempengaruhi efek viral. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal yang bertujuan untuk menentukan hubungan sebab akibat dengan memanipulasi satu atau lebih variable bebas. Metode yang digunakan dalam penelitian kausal ini adalah eksperimen atau percobaan. Penelitian dilakukan pada mahasiswa fakultas teknik UPI YAI Jumlah partisipan total yang dibutuhkan adalah 120 orang responden dengan demikian masing-masing sel akan berisi 30 orang responden Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen yang menggunakan tipe desain between subjects yaitu menggunakan subyek/kelompok yang berbeda untuk setiap perlakuan/perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Desain eksperimen yang digunakan adalah desain anova (analysis of variance) dua-jalan (two-way).Dari hasil penelitian diketahui bahwa pada kondisi amusement rendah, efek viral pada kelompok interdependent dan kelompok ininterdependent tidak berbeda secara signifikan, karena pada saat amussment rendah maka keinginan orang untuk menyebarkan konten tersebut tidak akan terlalu besar. Dan hasil kedua adalah saat seseorang memiliki dimensi kebutuhan yang tinggi untuk merasa unik maka akan melemahkan efek viral dari sebuah konten, karena bagi mereka yang independen mereka akan berusaha menjaga bahwa apa yang mereka miliki atau ketahui tidak dimiliki atau diketahui oleh banyak orang

Date Create : 20/10/2013

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2010 – 11 – 081

Collection : 2010 – 11 – 081

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation COllection : Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2013 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor