

Reasons people skip pre roll advertising on youtube: a brief study about elements in pre-roll advertisements prompting continuous viewing = Alasan orang melewati iklan pre-roll di youtube: studi tentang elemen-elemen dalam iklan pre-roll yang mendorong kepemirsaaan berkelanjutan / Hannanda Abdullah

Hannanda Abdullah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434567&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Situs jejaring sosial ada dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah YouTube. Salah satu bentuk iklan di youtube adalah iklan pre-roll. Banyak orang yang menolak untuk melihat iklan ini dan tujuan dari studi ini adalah mencari alasan kenapa orang melewati iklan pre-roll. Studi ini mengandalkan metode kajian literatur dengan teori disonansi kognitif dan beberapa elemen dalam iklan yang sukses sebagai konsep untuk mendukung temuan-temuan. Studi ini akan menganalisa dua macam iklan pre roll yang sukses, yaitu iklan pre-roll Geico dan iklan pre-roll La Casa Eco. Studi ini mengungkapkan bahwa beberapa iklan pre-roll yang sukses mempunyai beberapa elemen yang ada didalamnya untuk menumbuhkan rasa ingin tahu penonton.

ABSTRACT

Social networking sites come in many forms, and one of them is YouTube. Pre-roll advertisement is one of the advertising forms on YouTube. Many audiences refused to watch the pre-roll and the aim of this paper is to find the reason why people skip pre-roll ads. This research will rely on literature review to analyze the cognitive dissonance theory and the elements of successful advertisings as the main concept to back up the findings. This study will analyze two examples of successful pre-roll ads, the Geico and the La Casa Eco ad. This study also discovered that some of the successful pre-roll advertisements have several elements to ignite the viewers' curiosity.