

Second a day - sebuah analisis perbandingan dari kampanye PR save the children UK = Second a day - a comparative analysis on the save the children UK PR campaign

Tatyana Almira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446809&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Save the Children UK menerbitkan sebuah sequel dari kampanye sukses mereka: A Second a Day. Kampanye tersebut adalah cara kreatif mereka untuk meningkatkan pengetahuan publik tentang kondisi kehidupan anak-anak penduduk Syria di pertengahan perang. Karya ini merupakan analisa perbandingan antara kedua video kampanye yang akan menggunakan teori Five Principles of Successful Campaign Kruckeberg et al, 2004 dan beberapa faktor eksternal yang menyumbang kepada perbedaan dalam kesuksesan dari kedua video. Hasil karya ini telah memastikan bahwa kedua video setara dalam kesuksesan, meskipun video pertama mempunyai keunggulan dalam penghargaan dan views ndash; dengan cara mereka mengikuti semua lima asas Kruckeberg. Karya ini juga menegaskan bahwa viralitas video tidak layak untuk dijadikan tolok ukur kesuksesan, dan faktor asing berkontribusi sedikit atau tidak ada dalam viralitas video

<hr />

ABSTRACT

lsquo Save the Children UK rsquo has produced a sequel to their famed campaign A Second a Day. The campaign was their creative outlet to raise awareness of the unhealthy conditions Syrian children are living in midst war. This paper is a comparative analysis on both the prequel and sequel, and will be considering both the Five Principles of Successful Campaign Kruckeberg et al, 2004 and the external environment that may have contributed to the potential differences in success from both videos. The results of this paper have confirmed that despite the first video rsquo s greater advantage in views and awards, both videos are equal in success in a sense that they rsquo ve complied to all Kruckeberg rsquo s Five Principles. The paper also highlights that the number of virality should not be a benchmark to success, and that the external environment has minimal to no effect on the video rsquo s virality.