

Penggunaan vlog "Pesan Untuk Bjorka" dalam upaya pemasaran Soyjoy = The usage of "Pesan Untuk Bjorka" vlog as Soyjoy marketing strategy

Nabila Nur Sabrina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446867&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan adanya perpindahan kebiasaan menonton dari TV ke internet, pengiklan membutuhkan strategi lain untuk mendapatkan perhatian khalayak. Maraknya pembuatan vlog video blog di Youtube pada tahun 2016 menjadikan strategi brand placement menjadi strategi yang dipilih pengiklan untuk mempromosikan sebuah brand. Dalam melakukan brand placement terdapat dimensi-dimensi yang harus diperhatikan seperti asosiasi brand terhadap cerita, keterlibatan brand dalam dialog acara, tingkat pengulangan brand dalam suatu acara, dan lain lain. Kata kunci: brand placement; vlog; Youtube

ABSTRACT

With the shifting of TV viewing habit, from TV to internet, advertiser need other strategy to get attention of the audience. The growth of vlog video blog on Youtube in 2016 makes brand placement strategy become the strategy that advertiser choose to promote their brand. When doing brand placement, there are some dimentions that must be considered, such as association between the brand and the storyline, brand engagement in dialog, the repetition of the brand, etc. Keywords brand placement vlog Youtube