



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

STEPHANUS SAMUEL CHRISTIAN (44312010009)

TANGGAPAN MENGENAI CAMPAIGN #ADAAQUA OLEH NETIZEN DI
KALANGAN SOSIAL MEDIA TWITTER

5 Bab + 101 halaman + Tabel + Gambar + Lampiran + Referensi

(2012 – 2016)

ABSTRAK

Netizen merupakan kelompok masyarakat baru yang terbentuk karena perkembangan teknologi. Mereka merupakan kelompok masyarakat yang setiap orangnya merupakan pengguna aktif internet. Peluang pun dimanfaatkan para pemasar, berbondong-bondong para pembangun merek mulai menggunakan sarana media digital dalam membangun merek dan melakukan aktivitas *campaign*. Namun tidak sedikit yang gagal, banyak yang hanya meraba-raba tanpa tahu secara spesifik seperti apa pola perilaku, kecenderungan berpikir, apa yang menarik perhatian, dan yang apa yang disukai para *netizen* dalam menggunakan sosial media twitter. Twitter pun merupakan sebuah *platform* yang sangat digemari para *netizen*. Kemudahan dan kesederhanaan *platform* ini justru menjadi keunggulannya.

Kenneth E. Andersen menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi. Salah satunya adalah Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik perhatian dan mempertahankan perhatian.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Melalui metode ini peneliti akan dapat memberikan gambaran dan uraian terhadap keadaan dan fenomena terhadap suatu objek yang akan di teliti dan yang berhubungan dengan keadaan saat ini.

Netizen yang terlibat menanggapi bahwa kampanye yang dilakukan Aqua tersebut memiliki daya tarik tersendiri karena tema nya yang dekat dengan keseharian *netizen* tersebut sehingga mudah untuk di *share* kedalam media sosial dan untuk bercanda dengan teman-temannya di sosial media sehingga meningkatkan penggunaan *hashtag* AdaAqua di twitter dan menarik perhatian *netizen* lainnya.