

ABSTRAK

ANALISIS MEDIA SOSIAL BISNIS LAUNDRY BERDASARKAN ANALISIS BRAND24

Veronica Karmelia

NIM: 212314029

Dari sekian banyak tanggapan, argumen, dan juga konten-konten lainnya tentang prospek usaha laundry di internet, menimbulkan bermacam sentimen. Ada golongan yang bersentimen positif, bersentimen negatif, dan juga netral. Tujuan penelitian ini menganalisis media sosial bisnis laundry berdasarkan analisis brand24. Metode penelitian Penelitian deskriptif analitik adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu fenomena serta menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang ada. Dalam pendekatan ini, peneliti mengumpulkan data secara sistematis untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai subjek yang diteliti. Data yang diperoleh biasanya bersifat kuantitatif dan kualitatif, memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang komprehensif. Dilihat dari diagram sentimen positif dan negatif, masyarakat lebih banyak yang membahas sentimen negatif tentang prospek usaha bisnis laundry, yakni 27 sentimen positif dan 37 sentimen negatif dari 467 sentimen. Sisanya memiliki sentimen yang netral. Dapat disimpulkan bahwa sentimen negatif masyarakat tentang prospek bisnis laundry masih dominan. Karena kuantitas pembahasan tentang prospek usaha laundry yang ada dan dominasi sentimen negatif yang ada di internet, maka dapat dikatakan bahwa bisnis laundry merupakan bisnis yang kurang menjanjikan menurut masyarakat internet, walaupun bisnis laundry tetap sering dibahas di internet.

Kata Kunci : Media sosial, bisnis laundry, Brand24

ABSTRACT

LAUNDRY BUSINESS SOCIAL MEDIA ANALYSIS BASED ON BRAND24 ANALYSIS

Veronica Karmelia

NIM: 212314029

From the many responses, arguments, and also other content about the prospects of laundry businesses on the internet, various sentiments arise. There are groups with positive sentiment, negative sentiment, and also neutral. The purpose of this study is to analyze the social media of laundry businesses based on brand24 analysis. Research method Descriptive analytical research is a type of research that aims to describe the characteristics of a phenomenon and analyze the relationship between existing variables. In this approach, researchers collect data systematically to gain a deep understanding of the subject being studied. The data obtained is usually quantitative and qualitative, allowing researchers to provide a comprehensive picture. Judging from the positive and negative sentiment diagram, people discuss more negative sentiments about the prospects of laundry businesses, namely 27 positive sentiments and 37 negative sentiments out of 467 sentiments. The rest have neutral sentiments. It can be concluded that negative public sentiment about the prospects of laundry businesses is still dominant. Because of the quantity of discussion about the prospects of laundry businesses and the dominance of negative sentiments on the internet, it can be said that the laundry business is a less promising business according to the internet community, although the laundry business is still often discussed on the internet.

Keywords: Social media, laundry business, Brand24