

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การวิเคราะห์การตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวแม่และเพจลงทุนเกิร์ล
ชื่อผู้เขียน	อินทิรา อ่วมสอาด
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวแม่ และเพจลงทุนเกิร์ลเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ที่ติดตามเพจตัวแม่และเพจลงทุนเกิร์ลเป็นจำนวน 10 คน รวมถึงศึกษาข้อมูลจากบทความ วารสาร งานวิจัย และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง ข้องกับการตลาด แบบเน้นเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ ประกอบกับการทำวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) ตั้งแต่ 1-30 พฤศจิกายน 2564 เป็นจำนวน 1 เดือน โดยผู้วิจัยมีจุดประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวแม่และเพจลงทุนเกิร์ล
2. เพื่อเปรียบเทียบการตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวแม่และเพจลงทุนเกิร์ล

ผลการศึกษาพบว่าการตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวแม่และเพจลงทุนเกิร์ลพบว่า การใช้ภาษาของเพจตัวแม่จะใช้ภาษาที่เป็นที่นิยม ทันสมัยอยู่ใน กระแสที่ทำให้รู้สึกว่าเป็นตัวแม่เป็นสาวสมัยใหม่อาจมีการใช้ศัพท์วัยรุ่นหรือเป็นคำศัพท์ของกลุ่มเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น LGBTQ เป็นต้น มีอัตลักษณ์ถึงกลุ่ม คนที่ชอบแบรนต์เนมและชอบข้อปึงสิ่งของที่มี สไตล์และชอบแบ่งปันประสบการณ์จากสิ่งที่ตนเองชอบ

ในอีกด้านอย่างเพจลงทุนเกิร์ลจะมีการทำคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของแบรนต์ที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ผู้หญิง ไปจนถึงแฟชั่นที่เป็น

กระแสนาดนั้นโดยจะมีบุคคลเป็นผู้หญิงเก่ง ผู้หญิงสมัยใหม่ที่ชอบทำงานหรือหาแรงบันดาลใจเพื่อไปทำธุรกิจ โดยจะมีอินโฟกราฟฟิกให้อ่านแบบเข้าใจง่ายและกรณีศึกษาโดยใช้ภาษาที่เป็นทางการและเป็นภาษาเขียน โดยผ่านการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างเฟสบุ๊ก

และการเปรียบเทียบการตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนออัตลักษณ์ของเพจตัวเองและลงทุนเกิร์ลพบว่า ทั้ง 2 เพจมีการตลาดเชิงเนื้อหาและการนำเสนอ อัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน คือ ภาษาที่เป็นทางการของเพจลงทุนเกิร์ล กับภาษาวัยรุ่น ภาษาพูดแบบ สมัยใหม่ของเพจตัวเอง คอนเทนต์ของลงทุนเกิร์ลจะมีการเขียนที่มากกว่าเป็นบทความที่มาในรูปแบบกรณีศึกษา แต่เพจตัวเองจะเป็นรูปภาพเปรียบเทียบ ของแบรนด์เนมและไม่ใส่ข้อความมากเกินไป และมีการแชร์ประสบการณ์จากกลุ่มตัวเองมาบนเพจตัวเอง รวมถึงเพจตัวเองยังมีการใช้แฮชแทคที่มาใน แต่ละคอนเทนต์



คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

Abstract

Title of Independent Study	Content marketing analysis and identity presentation of the Tuamae Page and the Longtungirl Page
Author	Intira Auamsaard
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2021

A research study on content marketing analysis and identity presentation of the Tuamae Page and Longtungirl Page is a qualitative research which collects data through in-depth interviews with 10 followers of the the Tuamae Page and Longtungirl Page. In addition, this research study information from papers, journals, research, the Internet that is related to marketing and emphasizing on a content and identity presentation form, as well as Documentary Research for one month, from November 1 to 30, 2021. The following are the researcher's two research objectives:

1. To study the content marketing and identity presentation of the the Tuamae Page and Longtungirl Page.
2. To compare the content marketing and identity presentation of the the Tuamae Page and Longtungirl Page.

The study's findings revealed that the content marketing and identity presentation of the Tuamae Page use the most popular language, which is a certain collection of phrases may be used in trends that make them feel like a contemporary

mother. The LGBTQ community, for example, has a distinct identity. People who like shopping for high-end brands and comparing prices. They have a unique sense of style and like sharing their experiences with others.

On the other hand, the Longtungirl Page has articles about the brand's company as it relates to women's lifestyle and fashionable fashion, as well as a strong female personality. A contemporary lady who enjoys working or seeking business inspiration. It will employ social media sites like Facebook to provide easy-to-read infographics and case studies in formal and written language.

When comparing the content marketing and presentation of the Tuamae page's identity to that of the Longtungirl, it was discovered that both pages contain content marketing and presentation. The official wording of the Longtungirl website is "different identity." More than articles in the form of case studies will be produced in the language of youth, the current spoken language of the Tuamae Page. The Tuamae Page, on the other hand, will be a comparison image. The experiences from the Tua Mae's group are posted on the Tuamae Page, along with the brand name and not too much language. Hashtags that appear in each piece of content are also used to include the Tuamae page.