

## บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อทวิตเตอร์และปฏิบัติการตอบกลับของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณัฐริดา ขจรกลิ่น
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อทวิตเตอร์ของศิลปินเกาหลีและปฏิบัติการตอบกลับของกลุ่มแฟนคลับ เป็นระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) บันทึกข้อมูลด้วยเครื่องมือลงรหัสในการวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) จากบัญชีทวิตเตอร์ของศิลปินเกาหลีคือ (1) BTS (2) NCT และ (3) BLACKPINK ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2564

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาวง BTS ใช้รูปภาพและข้อความประกอบวง NCT ใช้เนื้อหาการรีทวีตจากบัญชีอื่น วง BLACKPINK ใช้เนื้อหาการลิงก์จากเว็บไซต์ภายนอกมากที่สุด ด้านสัดส่วนเนื้อหาหลักเนื้อหา วง BTS เน้นสัดส่วนเนื้อหาตลก (Gag) คำพูดหรือข้อความส่วนวง NCT และวง BLACKPINK เน้นสัดส่วนเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญ (Campaign) อัลบั้มหรือ กิจกรรมของศิลปิน ด้านวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของศิลปิน พบว่า วัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงมีปฏิบัติการตอบกลับของแฟนคลับมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ในการสร้างและสร้างความสนใจด้านอารมณ์ขันและด้านการกระทำที่เนื้อหาเป็นการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของศิลปินพบปฏิบัติการตอบกลับของแฟนคลับมากที่สุด ซึ่งปฏิบัติการตอบกลับต่อเนื้อหาปรากฏการกดชอบ (Like) มากที่สุด

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อทวิตเตอร์ของศิลปินที่ทำให้เกิดปฏิบัติการตอบกลับของแฟนคลับได้มากที่สุด ควรมีเนื้อหาจากการรีทวีตจากที่อื่น หรือการลิงก์จากเว็บไซต์ภายนอกที่เนื้อหาเกี่ยวข้องกับศิลปิน ด้านเพลง หรือ การจัดกิจกรรม โดยเนื้อหาควรนำเสนอด้วยรูปภาพที่มีข้อความประกอบและเน้นเนื้อหาความบันเทิงเพื่อสร้างอารมณ์ขัน

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	Analysis of content and engagement among K-pop fans on Twitter
<b>Author</b>	Miss Nattida Kajonklin
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2021

---

The purpose of this quantitative research were to study the format of K-Pop artists content, as well as, to analyze their fans' engagement on Twitter. The research instrument was coding sheets. Data were collected between January 1, 2021 to October 31, 2021 from official accounts of K-pop groups on Twitter, namely, 1) BTS, 2) NCT, and 3) BLACKPINK.

Results were concluded as follows: 1) With regard to content formats, BTS mostly presented with pictures and captions, while NCT retweeted and BLACKPINK shared content which linked to external websites. 2) Concerning the proportion of content, BTS account was full of gags, phrases, and texts, while NCT and BLACKPINK ones were usually filled with their campaigns, albums, or band activities. 3) For communication purposes, entertaining content has the highest engagement from fans. 4) Regarding the strategies to engage and capture fans' attention, fun and informative posts, which updated all artists' activities, received the highest reactions from fans, mostly in the form of likes.

The results from this research suggested that fans engaged with K-pop Twitter accounts the most when they consumed retweets or shared links which related to the band activities, such as music or events. The content should be for fun, and presented with pictures and captions.