

Korelasi antara reputasi negatif dan celebrity endorsement terhadap branding: studi kasus isu perselingkuhan Tiger Woods = The Correlation Between Negative Reputation and Celebrity Endorsement Towards Branding: Tiger Woods? Case

Agnes Naomi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424058&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Salah satu cara yang paling konvensional bagi para pemasar untuk memperkuat kesetiaan konsumen yang nantinya akan mengarah pada keuntungan perusahaan adalah dengan memanfaatkan celebrity endorsement sebagai alat utama mereka. Dampak-dampak negatif yang muncul dari celebrity endorsement akan dikupas secara mendalam pada studi ini. Lain daripada itu, studi ini akan secara fokus mengilustrasikan kasus perselingkuhan Tiger Woods sebagai contoh utama untuk memperoleh pengertian yang komprehensif mengenai bagaimana reputasi negatif akan satu selebriti yang digunakan oleh sebuah perusahaan, dapat mempengaruhi perusahaan tersebut. Studi ini menggunakan tinjauan pustaka dengan teori source-credibility sebagai teori utama untuk mendukung temuan penelitian ini.

Telah ditemukan di dalam studi ini bahwa, menggunakan selebriti sebagai alat untuk mempromosikan produk suatu perusahaan tetaplah efektif, namun daripada itu, terutama melihat kemunculan media sosial pada sekarang ini, dapat memberikan peluang yang besar dan kuat bagi para konsumen untuk menyebarkan opini mereka terhadap suatu produk baik negatif maupun positif. Penurunan penjualan dapat disimpulkan sebagai salah satu dampak dari perilaku negatif Tiger Woods.

ABSTRACT

One of the most conventional ways for marketers to strengthen their consumers' loyalty which leads to sales increase is by utilizing celebrity endorsement as their tool. The negative effects that appear out of celebrity endorsement will be rigorously explained on this research. Also, how this negative reputation of a brand ambassador, will impact sales on the company that endorse them. This research will mainly illustrate Tiger Woods as the main example in order to gain an in depth understanding regarding how poor publicity of an endorser could affect the company. This study used literature review with source credibility theory as the main theory to back up the research's findings.

This study has found that using a celebrity as their tool to promote their brand is effective, on the other hand especially with the occurrence of social media it will generate more power to the audience to freely share their opinions, whether it's good or bad towards the brand, and in conclusion it is said that Tiger Wood's negative behavior has given negative impact to the company which is the decreasing of sales.