

Pengaruh publisitas negatif celebrity endorser terhadap citra produk (studi kasus Ariel Noah sebagai celebrity endorser dari XL Axiata) = The effect of negative publicity on celebrity endorser towards product image (case study Ariel Noah as celebrity endorser of XL Axiata)

Veramutia Dahlan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446933&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penggunaan celebrity endorser sebagai strategi untuk mempromosikan dan membangun citra produk sudah menjadi hal yang sering ditemui. Selain keuntungan yang diberikan terdapat risiko yang dimiliki dalam penggunaan celebrity endorser seperti, publisitas negatif yang mampu mempengaruhi pembentukan persepsi negatif terhadap celebrity endorser. Dalam makalah ini akan membahas pengaruh dari persepsi negatif yang terdapat pada celebrity endorser apakah mampu membentuk persepsi negatif terhadap citra produk yang diwakilinya. Kesimpulan dari makalah ini adalah persepsi negatif yang dimiliki celebrity endorser dapat berpengaruh terhadap citra produk apabila celebrity endorser memiliki credibility expertise yang tinggi terhadap produk.

ABSTRACT

The use of celebrity endorser as the part of the strategy to promote and build a brand image is a common practice to find. Along with the known advantages, there is also a risk of such practice affecting the perception of the brand to its consumers, turning it into a negative perception. This paper will discuss the effect of the image of the celebrity endorsers towards the product's image, such as the influence of a negative publicity of the celebrity endorsers towards the brands they represent. In the end, this paper concludes that negative publicity will influence the product's brand image if the celebrity endorser has a high credibility expertise of the product.