

Persepsi kaum muda Indonesia terhadap penggunaan artis Korea sebagai endorser produk di Indonesia = The Perception of young adults towards the use of Korean artists as product endorsers in Indonesia

Nadhifa Safira Rares, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498923&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Musik adalah suatu hal yang sangat dicari oleh orang-orang. Banyak musisi yang mencari penghasilan melalui karyanya dalam membuat sebuah lagu. Di jaman yang canggih ini, musik terutama Pop adalah aliran musik yang paling laris dikalangan para remaja jaman sekarang. Dengan adanya globalisasi, musik dari negara mana saja bisa didengarkan dengan mudah. Korean Pop adalah salah satunya aliran musik pop yang sedang populer dikalangan anak jaman sekarang. Banyak sekali perusahaan yang berkerja sama dengan artis artis pop di Korea untuk meningkatkan daya beli produk mereka. Artis K-pop termasuk kalangan artis yang dipercaya mempunyai banyak penggemar. Dengan adanya banyak peluang yang bisa diambil terkait dengan maraknya K-pop jaman sekarang, banyak perusahaan iklan di Indonesia yang menggunakan artis K-pop sebagai Brand Ambassador untuk menaikkan daya jual produk mereka. Penelitian ini akan menelusuri tentang dampak atau efek Korean Pop terhadap Periklanan di Indonesia. Dalam hal cara perusahaan menjual barang atau jasanya dengan cara menggunakan artis K-pop sebagai Key Opinion Leader.

ABSTRACT

Music is something that is an essential for people. Many musicians are looking for income through his/her work in making a song. In this sophisticated era, Pop music is the most popular music genre among young adults. With globalization, music can be heard or known all around the world. Korean Pop is one of the pop music genre that is popular. Lots of companies are working with pop artists in Korea to increase the selling point of their products. K-pop artists are the artists who are believed to have a lot of fans, especially in Indonesia. With the opportunities given by the fans, advertisers tend to hire a K-pop artist as their Key Opinion Leaders. Advertising is one of the strategy for companies to sell their product and make profits. This research will explore the impact or effect of Korean Pop on Advertising in Indonesia. In terms of how companies sell goods or services by using K-pop artists as KOL.