

Strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement dengan menggunakan k-pop idol = Celebrity endorsement marketing communication strategy using k-pop idol

Vanadya Adistiara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499097&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin ketatnya persaingan bisnis dengan munculnya banyaknya saingan baru. Hal ini membuat marketers menggunakan strategi komunikasi pemasaran seperti iklan. Walaupun begitu dengan menggunakan iklan, seseorang bisa terpapar iklan sebanyak 600 kali dalam sehari sehingga marketers mulai menggunakan celebrity endorsement sebagai strategi komunikasi pemasaran. Kini marketers mulai menggunakan K-pop idol sebagai celebrity endorser brand mereka. K-pop kini mulai menjamur dan menjadi tren di seluruh dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran komunikasi pemasaran dengan menggunakan K-pop idol sebagai celebrity endorser dimulai dari lingkup periklanan di Korea Selatan hingga di Indonesia. Ditemukan bahwa alasan penggunaan K-pop idol sebagai celebrity endorser karena popularitas yang dimiliki mereka. K-pop idol juga memiliki citra yang baik dan kesamaan dengan brand dan konsumen. Penggunaan K-pop idol sebagai celebrity endorser dengan tepat akan meningkatkan penjualan dari brand tersebut.

.....

In business competition, it is getting intense with new competitors enter the market. To solve this matter, marketers use marketing communication strategy such as advertisements. On the other hand, by using advertisements, someone can be exposed to advertisements 600 times a day, so marketers decided to start using celebrity endorsement as a marketing communication strategy. Nowadays marketers start to use K-pop idols as their celebrity endorser for their brand. K-pop is now starting to spread and become a trend around the world. The purpose of this study is to examine communication marketing strategies using K-pop idols as celebrity endorsers, from advertising promotions in South Korea to Indonesia -pop idols as celebrity endorsers because of their recognized popularity. K-pop idols also have a good image and similarity with brands and consumers. The use of K-pop idols as celebrity endorsers will increase sales of the brand, if the brand uses it accurately.