

Analisis akuntabilitas influencer kecantikan untuk iklan testimoni di media sosial Instagram = Beauty influencer accountability analysis for advertisement testimonials on social media Instagram

Deandra Hendra Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20512428&lokasi=lokal>

Abstrak

Munculnya beauty influencer di industri kecantikan, dapat mempengaruhi publik melalui iklan testimonial yang dibuatnya khususnya produk kosmetik. Namun dalam praktiknya, tidak semua beauty influencer melakukan iklan testimonial sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sehingga jika terjadi kerugian konsumen, influencer kecantikan dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, tesis ini bermaksud untuk menganalisis mengenai tanggung jawab beauty influencer atas hasil iklan testimonial yang dibuat di Instagram dengan terlebih dahulu mengkategorikan influencer kecantikan sebagai bisnis periklanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa beauty influencer dapat dikatakan sebagai pelaku usaha periklanan jika memenuhi kategori sebagai berikut: tertentu. Hasil analisis mengenai konstruksi akuntabilitas menunjukkan bahwa influencer kecantikan dapat dimintai pertanggungjawaban iklan dibuat. Namun, tidak jelas sejauh mana tanggung jawabnya his yang harus dilakukan karena tidak ada pengaturan lebih lanjut. Berdasarkan hal-hal Oleh karena itu, perlu dibentuk undang-undang periklanan di Indonesia Indonesia yang secara khusus mengatur periklanan menurut definisinya bisnis periklanan yang diperluas

The emergence of beauty influencers in the beauty industry can influence the public through testimonial advertisements that they make, especially cosmetic products. However, in practice, not all beauty influencers do testimonial ads in accordance with applicable regulations. So that if there is a consumer loss, beauty influencers can be held accountable in accordance with applicable regulations. Therefore, this thesis intends to analyze the responsibility of beauty influencers for the results of testimonial advertisements made on Instagram by first categorizing beauty influencers as an advertising business. This study shows that a beauty influencer can be said to be an advertising business actor if it meets the following categories: certain. The results of the analysis on the construction of accountability shows that beauty influencers can be held accountable for advertising created. However, it is not clear to what extent his responsibility should be carried out as there is no further arrangement. Based on these matters, it is necessary to establish an advertising law in Indonesia Indonesia which specifically regulates advertising by definition an expanded advertising business