

Analisis Penggunaan Brand Ambassador sebagai Upaya Memperkuat Brand Image Perusahaan (Studi terhadap Kasus Penggunaan Idol Korea sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening) = Analysis of the Use of Brand Ambassador as an Effort to Strengthen the Company's Brand Image (Study on the Case of Using Korean Idol as Scarlett Whitening's Brand Ambassador)

Amadea Nabilah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536648&lokasi=lokal>

Abstrak

Globalisasi telah memicu meningkatnya popularitas Korean Wave (K-Wave) di seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia. Keadaan ini dijadikan peluang bagi seluruh industri di Indonesia, termasuk industri kecantikan untuk memajukan bisnisnya. Scarlett Whitening, sebagai salah satu brand produk kecantikan di Indonesia, turut memanfaatkan popularitas K-Wave untuk mempertahankan posisinya di pasar kecantikan. Walaupun telah memiliki brand image positif di kalangan masyarakat, Scarlett Whitening tetap perlu memperkuat brand image yang dimilikinya untuk menunjang keberlangsungan bisnis. Hal ini dilakukan oleh Scarlett Whitening dengan menggandeng sejumlah idol Korea, seperti Song Joong Ki, Twice, dan EXO sebagai Brand Ambassador dari perusahaannya. Masing-masing Brand Ambassador turut mempromosikan dan menyebarluaskan informasi mengenai produk Scarlett Whitening dan keberadaan Scarlett Whitening itu sendiri. Upaya yang dilakukan oleh Scarlett Whitening dan Brand Ambassador Korea mengundang antusiasme dari para penggemar dan konsumen. Antusiasme ini membuahkan kesan positif bagi Scarlett Whitening, terutama sebagai brand produk kecantikan lokal yang dapat dipercaya dan aman digunakan. Melalui jurnal ini, dibuktikan bahwa adanya hubungan yang konkrit antara penggunaan Brand Ambassador Korea dalam memperkuat brand image Scarlett Whitening.

.....

Globalization has triggered the increasing popularity of the Korean Wave (K-Wave) in all parts of the world, including Indonesia. This situation serves as an opportunity for all industries in Indonesia, including the beauty industry, to advance their business. Scarlett Whitening, one of Indonesia's beauty product brands, is also benefiting from the K-Wave's popularity to maintain its position in the beauty market. Although it already has a positive brand image among the public, Scarlett Whitening still needs to strengthen its brand image to maintain company continuity. This was accomplished by Scarlett Whitening through collaboration with several Korean idols, such as Song Joong Ki, Twice, and EXO, as Brand Ambassadors for the company. Each Brand Ambassador advertises and spreads awareness about Scarlett Whitening's products and existence. Scarlett Whitening's and the Korean Brand Ambassador's efforts sparked interest among fans and customers. This excitement has helped Scarlett Whitening make a good impression, especially as a local cosmetic brand that can be trusted and is safe to use. This journal demonstrates that there is a direct link between the usage of Korean Brand Ambassadors and the enhancement of Scarlett Whitening's brand image.