

Analisis iklan KFC, Lotteria, dan CFC studi perbandingan = Advertisement analysis of of KFC, Lotteria, and CFC: a comparative study

Addina Yuri Samsu Rizal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424193&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada akhir abad ke-20, restoran cepat saji seperti KFC, Lotteria dan CFC telah membuka cabang di berbagai negara termasuk Indonesia. Hal ini disebabkan oleh globalisasi dan gaya hidup yang sibuk, oleh karena itu tidak sedikit yang memilih untuk makan diluar untuk menghemat waktu. Produk asing secara penuh dapat diterima oleh masyarakat atau harus diubah sesuai dengan selera lokal. Dengan itu restoran cepat saji yang berasal dari luar membutuhkan strategi yang berbeda untuk menjual makanannya dan mengubah produknya sesuai selera konsumen. Penelitian ini menganalisis bagaimana restoran cepat saji direpresentasikan dan bagaimana cara mereka mengiklankan makanannya melalui video. Hasil penelitian ini menemukan bahwa iklan restoran cepat saji menarik konsumen dengan menggunakan referensi lokal.

Since the late 20th century, fast food chains, like KFC, Lotteria and CFC, have opened branches worldwide including in Indonesia. This is due to globalization, along with the busy lifestyle people have, therefore people choose eat out rather to cook at home to save more time. A foreign product is either fully accepted or modified to the local's need. For a foreign fast food chain to open in Indonesia, they need to adjust its product and use a different strategy to promote. This study analyses how the fast food chain is represented and the way they advertise through video advertisement, whether they localize their menu, or in contrast, highlight their original roots. This paper finds that the fast food chain advertisements attract consumers by using their local references.