

Analisis pelanggaran etika pariwisata Indonesia pada penggunaan tokoh agama sebagai endorser iklan televisi: studi kasus pada produk biskuit Kokola = Analytical of ethics violation against etika pariwisata Indonesia in using a religious figure as a brand endorser of television commercial : a case study on biskuit Kokola / Andy Widhiatama

Andy Widhiatama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434600&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam industri makanan ringan membuat para produsen berlomba-lomba melakukan promosi demi mencapai positioning yang teratas pada targetnya. Kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dengan tingkat kreativitas yang tak terduga. Salah satunya adalah dengan menggunakan tokoh agama sebagai brand endorser, yang dilakukan produsen Biskuit Kokola dalam kegiatan promosinya. Sayangnya hal ini melanggar pedoman Etika Pariwisata Indonesia (EPI). Analisis ini akan membahas pelanggaran terhadap EPI dengan ketentuan penggunaan tokoh agama sebagai brand endorser dan eksploitasi kata “halal”, juga implementasi pada kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan, hingga pencapaian target dalam market positioning.

<hr>

ABSTRACT

Intense competition in the snack food industry makes the producers vying promotion to achieve top positioning on the target. Promotional activity varies with the level of creativity that is unexpected. One of them is to use a religious figure as a brand endorser, which used by biscuit manufacturer Biskuit Kokola in its promotional activities. Unfortunately it is in violation of ethics guidelines Etika Pariwisata Indonesia (EPI). This paper will discuss ethics violations against EPI against the use of religious figure as a brand endorser and exploitation of word “halal”, with the implementation to promotional activity to market positioning achievement.