

Analisis strategi branding melalui penggunaan brand ambassador aktor Korea Selatan pada brand kecantikan local (Studi pada: Brand everwhite) = Analysis of branding strategy through the use of South Korean actor as brand ambassador in local beauty brand (Study on: Brand everwhite).

Ameni Nazaretha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528116&lokasi=lokal>

Abstrak

Hallyu atau Gelombang Korea di Indonesia membuat masyarakat Indonesia memiliki hiburan baru dan juga membuat masyarakat Indonesia semakin terlibat di dalamnya. Salah satu bentuk keterlibatan yang terjadi adalah dalam Drama Korea, termasuk dalam alur cerita dan aktor yang memainkannya. Fenomena ini yang dimanfaatkan oleh pemasar dan pebisnis untuk meningkatkan engagement khalayak dengan brand yang mereka miliki, yakni melalui mengaitkan brand mereka dengan Drama Korea maupun aktor yang memainkannya. Everwhite, brand kecantikan asal Indonesia juga turut memanfaatkan momentum ini dengan menjadikan Kim Seon Ho, salah satu aktor Drama Korea yang sedang naik daun, sebagai brand ambassador. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding dan marketing communication yang dilakukan Everwhite melalui penggunaan brand ambassador asal Korea Selatan yakni Kim Seon Ho. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, penulis menemukan bahwa Everwhite menggunakan brand ambassador Kim Seon Ho dalam strategi advertising, sales promotion, dan digital marketing. Everwhite memilih Kim Seon Ho untuk berperan dalam hal endorsement dan menjadi actor untuk mempromosikan Everwhite, mempertimbangkan karakteristik transference, congruence, kredibilitas, daya tarik dan power yang ia miliki.

.....Hallyu or Korean Wave in Indonesia makes Indonesian people have new entertainment and makes Indonesian people involved in it. One form of involvement occurs in Korean Drama, including in the storyline and the actors who play it. This phenomenon is what marketers and businesspeople use to increase audience engagement with their brands by linking them with Korean Dramas and actors who play them. Everwhite, a beauty brand from Indonesia, also took advantage of this momentum by making Kim Seon Ho, one of the rising Korean Drama actors, the brand ambassador. This paper aims to analyze Everwhite's branding and marketing communication strategy through a brand ambassador from South Korea, namely Kim Seon Ho. By using a qualitative descriptive analysis method, the authors found that Everwhite uses brand ambassador Kim Seon Ho in advertising, sales promotion, and digital marketing strategies. Everwhite chose Kim Seon Ho to play a role in the endorsement and actor role to promote Everwhite, considering the characteristics of transference, congruence, credibility, attractiveness, and power.