



INTISARI

Penelitian ini berjudul *Kegiatan Endorsement Melalui Media Sosial Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis* yang dilatarbelakangi oleh kemajuan zaman yang membuat teknologi semakin berkembang dan adanya media sosial yang banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan bisnis melalui kegiatan *endorsement*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai kegiatan *endorsement* melalui media sosial di era digital dan mendeskripsikan pandangan etika bisnis terhadap kegiatan *endorsement* melalui media sosial di era digital.

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kepustakaan yang menggunakan metode deskriptif-analitis. Metode itu memberikan gambaran data yang ada dan penjelasannya serta melakukan pemeriksaan konseptual atas makna yang terdapat dalam istilah-istilah yang digunakan dan pernyataan-pernyataan yang dibuat. Tahapan penelitian ini meliputi tahapan persiapan, tahapan pengumpulan dan inventarisasi data, tahap analisis data, dan tahap evaluasi kritis. Analisis dalam penelitian ini menggunakan unsur metodis berupa deskripsi, interpretasi, heuristika, dan refleksi kritis.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu deskripsi tentang kegiatan *endorsement* adalah suatu sumber langsung dalam menyampaikan suatu pesan dan memperagakan produk atau jasa dalam promosi yang bertujuan tersampainya pesan suatu produk dengan efektif, serta penjelasan mengenai pandangan etika bisnis terhadap kegiatan *endorsement* melalui media sosial di era digital bahwa beberapa *endorser* sudah berusaha menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis namun belum sepenuhnya diterapkan.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kegiatan *Endorsement*, Media Sosial



ABSTRACT

This research is entitled Endorsement Activities Through Social Media in the Digital Era From the Perspective of Business Ethics. The background is the progress of the times, where technology is growing and the existence of social media is widely used to promote businesses through endorsement activities. This study aims to describe endorsement activities through the media. social media in the digital era and describes the view of business ethics towards endorsement activities through social media in the digital era.

This research was conducted by library researchers using the descriptive-analytical method. The method provides an overview of existing data and explanations and performs a conceptual examination of the meaning contained in the terms used and the statements made. The stages of this research include the preparation stage, the data collection and inventory stage, the data analysis stage, and the critical evaluation stage. The analysis in this study uses methodical elements in the form of descriptions, interpretations, heuristics, and critical reflection.

The results obtained from this study are a description of endorsement activities, which is a direct source of conveying a message and demonstrating products or services in promotions that aim to convey the message of a product effectively, as well as an explanation of the view of business ethics towards endorsement activities through social media in the digital era, where some endorsers have tried to apply the principles of business ethics but have not fully implemented them.

Keyword: Business Ethics, Endorsement Activities, Social Media