

**KREDIBILITAS NYCTA GHINA SEBAGAI ENDORSER DI
FILLER KONICARE DENGAN PENERAPAN *ELABORATION*
LIKELIHOOD MODEL**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



REIZA RIYAN SYAHPUTRA
1141003036

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

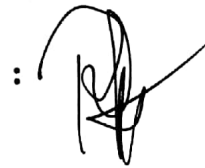
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Reiza Riyan Syahputra

NIM : 1141003036

TandaTangan :



Tanggal : 28 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Reiza Riyan Syahputra

NIM : 1141003036

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Kredibilitas Nycta Ghina Sebagai *Endorser* Di Filler Konicare
Dengan Penerapan *Elaboration Likelihood Model*

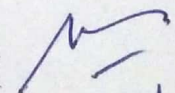
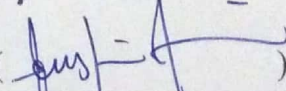
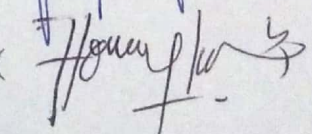
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M. Si

Penguji 1 : Prima Mulyasari Agustini, Dr., S.sos, M.SI

Penguji 2 : Hanny Nurahmawati, M. Ilkom

()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, anugerah, dan izin-Nya yang diberikan kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Kredibilitas Nycta Ghina Sebagai Endorser Di Filler Konicare Dengan Penerapan Elaboration Likelihood Model”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ditemui oleh penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada orang tua tercinta ayahanda Syarifudin, ibunda Desy Suhendraini, Adik Muhammad Fariz Fadillah yang selalu memberikan doa dan perhatian sebagai motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dan terima kasih banyak kepada encing Mudzalipah dan Zainabun yang sudah penulis anggap sebagai orang tua sendiri. Terima kasih sudah membesarkan, merawat dan membahagiakan penulis hingga saat ini, terima kasih atas segala jerih payah yang kalian lalui, terima kasih atas segala ilmu dan pengalaman yang kalian sudah berika kepada penulis. Terima kasih juga kepada Kanda Setiawan, Dicky Bungaran Simanjuntak dan Anak Agung Arke, berkat kalian penulis bisa belajar menjadi sosok kakak yang mencintai adik dan keluarganya. Tugas Akhir ini dapat terselesaikan tentu nya tidak terlepas dari dukungan dan partisipasi pihak - pihak lain yang mendukung segala keperluan penelitian, diantaranya:

1. Ibu Tuti Widiastuti, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis selama menempuh pendidikan S-1 di Universitas Bakrie yang senantiasa member bimbingan, dukungan dan perhatian kepada perkembangan akademik penulis.
2. Ibu Dra. Suharyanti M.S.M selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi sehingga mendorong penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta tidak pernah lelah meluangkan waktu nya untuk memberikan support di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Mas Erwin Airlangga dan Mba Mia Fawzia, selaku dosen peminatan komunikasi pemasaran yang telah memberikan ilmu berharga dan kenangan proses belajar mengajar yang sangat berkesan bagi penulis.
4. Komunal 2014 selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Bakrie. Semoga memori yang sudah tercipta dan waktu yang sudah dilewati bersama akan selalu menjadi sebuah tanda persahabatan diantara kita semua.
5. Kanda Setiawan, Dicky Bungaran simanjuntak, Anak Agung Arke, Daus Basyaiban, Habel Andreas, Naufal Nugraha, Egi Chaerizky, Danu Darya, Syahrul Ramadhan, Pricilia P. Mediani, Debby Muthia Hanna Rafida, Elsa Varadila, Sessa, Bella Seftiana, Miranti sebagai Keluarga Kamis malam yang selalu memberikan support, senyuman dan canda tawa serta mewarnaai kehidupan penulis
6. Anak Agung Arke, Egi Chaerizky, Azzahra N Namira, Farah Devianti P, Farhandhika Alamsyah, Lila Wisna Putri. Lintang A. Pratama, Nandvi D, Haziz Malyadi, Apriza Pinandita, sebagai Keluarga Anti Drama Federation yang selalu mewarnai kehidupan penulis dengan canda, tawa, senyum serta support yang selalu di berikan kepada penulis

7. Ade Septian, Lutfi sebagai sosok kak sekaligus kaka teman berbagi pengalaman dengan penulis yang selalu memberikan motivasi dan pengalaman baru kepada penulis
8. Reza Pratama, Hakim, Alfares, Muhammad Raihan Selaku teman – teman di lingkungan rumah yang selalu memberi support agar penulis semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini
9. Raka Fahlevi, Ahmad yamani, Putri Cahyani, Lutfiah sebagai sosok teman berharga sejak SMA, terima kasih atas dukungan dan canda tawa yang membuat penulis semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Seluruh staff pengajar dan administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie atas bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
11. Mba Arin dan Mas Anwar yang selalu membantu penulis dalam pengurusan administrasi akademik di kampus Universitas Bakrie

Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini tidak luput dari segala kekurangan .Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk Keluarga, dan semua teman - teman yang terlibat di dalam penelitian ini. Semoga Tugas Akhir ini berguna dan dapat dimanfaatkan oleh pembacanya.

Jakarta, 29 Agustus 2018



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Reiza Riyan Syahputra
NIM : 1141003036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Kredibilitas Nycta Ghina Sebagai Endorser Di Filler Konicare Dengan Penerapan Elaboration Likelihood Model

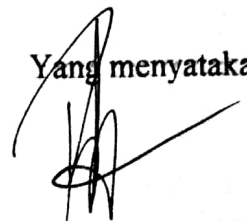
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Reiza Riyan Syahputra)

**KREDIBILITAS NYCTA GHINA SEBAGAI ENDORSER DI FILLER
KONICARE DENGAN PENERAPAN ELABORATION LIKELIHOOD
MODEL**

Reiza Riyan Syahputra

ABSTRAK

Salah satu strategi dalam memasarkan suatu produk ialah dengan menggunakan promosi berupa Tvc agar Target Audience dapat mengetahui tentang produk yang sedang kita pasarkan, maka dari itu pada era saat ini banyak pemilik brand yang menggunakan strategi dalam mempromosikan produknya dengan menggunakan Tvc Filler dimana penggunaan Filler memiliki durasi yang lebih panjang dari Tvc biasanya, namun dalam hal pembuatan Filler harus di butuhkan sosok endorser yang mampu mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk atau brand yang sedang di wakili oleh sang endorser , maka dari itu pemilihan endorser harus lah memiliki kredibilitas tinggi serta sesuai dengan produk yang di wakili oleh dirinya agar persepsi konsumen terhadap produk tersebut akan berubah dan mempercayai informasi yang di berikan oleh endorser mengenai produk yang sedang di wakili olehnya, selain dengan pemilihan endorser yang sesuai di butuhkan juga jalur komunikasi yang sesuai agar strategi penyampaian pesan lebih efektif, maka dari itu digunakanlah teori Elaboration Likelihood model dalam mempengaruhi persepsi konsumen dalam menggunakan endorser yang di pilih

Kata kunci : Elaboration Likelihood Model, Marketing Strategy, Tvc, Celebrity Endorser,

**KREDIBILITAS NYCTA GHINA SEBAGAI ENDORSER DI FILLER
KONICARE DENGAN PENERAPAN ELABORATION LIKELIHOOD
MODEL**

Reiza Riyan Syahputra

ABSTRACT

One of the strategies in marketing a product by using a promotion in the form of Tvc so that Target Audience can find out about the products we are marketing, therefore in the current era many brand owners use strategies in promoting their products using Tvc Filler where Filler usage has a long duration. longer than the usual Tvc, but in the case of making a filler you need an endorser who can influence the consumer's perception of the product or brand that is represented by the endorser, therefore the selection of endorsers must have high credibility and in accordance with the products represented by him so that the consumer's perception of the product will change and trust the information provided by the endorser about the product being represented by him, in addition to the selection of appropriate endorsers, it also requires an appropriate communication path so that the message delivery strategy is more effective, then The Elaboration Likelihood Model was used in influencing consumer perceptions in using selected endorsers

Keyword : Elaboration Likelihood Model, Marketing Strategy, Tvc, Celebrity Endorser.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR BAGAN	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5

BAB II KERANGKA TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka atas Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Kerangka Teori	13
2.2.1 <i>Komunikasi Pemasaran</i>	13
2.2.2 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	16
2.2.3 <i>Pengertian Televisi</i>	21

2.2.4 <i>Celebrity Endorser</i>	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Sumber Data	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	37
3.4.1 Definisi Konseptual	37
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	37
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	42
3.7 Keterbatasan Penelitian	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Produk Konicare	44
4.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	45
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Elaboration Likelihood Model	47
4.3 Pembahasan	59

4.3.1 <i>Pembahasan Dari Aspek Elaboration Likelihood Model Pheripheral Route</i>	59
---	----

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran akademis	68
5.2.2 Saran Praktek	69
Daftar Pustaka	70
Lampiran	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Penelitian Sebelumnya	6
Tabel 3.1	Kriteria Target Audience Konsumen	33
Tabel 3.2	Operasionalisasi Konsep	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tabel Top Brand Award	2
------------	-----------------------------	---

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Bagan kerangka pemikiran peneliti	28
-----------	---	----