

**PERAN KIARA LESWARA
SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER*
PADA PRODUK KAILA *LIGHTENING*
SKIN CARE BODY LOTION DI INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi**



DENIS RAHMAWATI

1161923014

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


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Denis Rahmawati

NIM : 1161923014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Mei 2019

HALAMAN PENGESAHAN

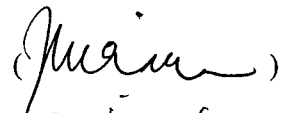
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Denis Rahmawati
NIM : 1161923014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Peran Kiara Leswara sebagai *Celebrity Endorser* pada
Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di
Instagram

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

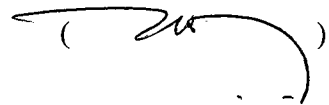
Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac



Penguji I : Hanny Nurahmawati, M.Ikom



Penguji II : Suharyanti, M.S.M.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Mei 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul ‘Peran Kiara Leswara sebagai *Celebrity Endorser* pada Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram’.

Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai para tahap penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini hingga selesai.
3. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu pengetahuan, serta wawasan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
4. Seluruh staff Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie khususnya Mas Taufik atas segala bantuan pengurusan proses akademik penulis.
5. Mba Yulianti Sanjaya selaku *brand manager* Kaila *Body Lotion* yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kak Adhani Siregar selaku *Head of Digital and Creative* Upnormals Pingfans yang telah bersedia menjadi triangulator dan memberikan waktu serta informasi guna menyelesaikan penulisan ini.
7. Seluruh karyawan Upnormals Pingfans khususnya *Strategist and Creative division* yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan ini.

8. Kedua orang tua dan adik-adik penulis yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat untuk menyelesaikan penulisan ini.
9. Wiko Witono, Kezia Azhari Calista, Putri Reza Umami, Winda Arnesta, Yasmin Nuraini dan Nabila Rachmawati yang telah membantu dan mendukung penulis selama pengerjaan penulisan ini.
10. Teman-teman seperjuangan Kelas Karyawan Komunikasi Pemasaran Universitas Bakrie *batch 7* angkatan 2017/2018.
11. Serta seluruh pihak yang turut membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan karya akhir ini. Penulis berharap karya akhir ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca.

Jakarta, Mei 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Denis Rahmawati
NIM : 1161923014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : EkonoI dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Studi Deskriptif

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

“Peran Kiara Leswara sebagai *Celebrity Endorser* pada Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram”

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 tetap 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 : Mei 2019

Yang menyatakan



(Denis Rahmawati)

**PERAN KIARA LESWARA
SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER*
PADA PRODUK KAILA *LIGHTENING*
SKIN CARE BODY LOTION DI INSTAGRAM**

Denis Rahmawati

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai peran Kiara Leswara sebagai *celebrity endorser* pada produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan peran Kiara Leswara sebagai *celebrity endorser* pada produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram dengan menggunakan konsep karakteristik dari *celebrity endorser* model T.E.A.R.S (*Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, and Similarity*) yang dicanangkan oleh Terence A. Shimp. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain melalui wawancara mendalam dengan *key informan* yang dipilih melalui *purposive sampling* yaitu pihak *brand* Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion*, studi pustaka dan penelusuran data online. Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulator yang merupakan ahli dalam bidang *internet marketing*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kaila *Body Lotion* memanfaatkan *trustworthiness* yang dimiliki Kiara Leswara dengan memanfaatkan kejujuran dan ketulusan hati dalam memberikan ulasan, memanfaatkan ketenaran serta eksistensi yang akhirnya menumbuhkan simpati yang berujung dengan rasa percaya pada publik. Dalam *expertise*, Kaila *Body Lotion* memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman Kiara Leswara yang telah menjadi *beauty enthusiast* sejak 2013 serta kecakapannya dalam berbicara juga dalam menghasilkan foto atau video yang menarik. *Attractiveness* dari Kiara Leswara dimanfaatkan oleh Kaila *Body Lotion* melalui daya tarik fisik yang menarik, pembawaannya yang lembut, apa adanya, sederhana dan jujur yang mampu menarik perhatian publik. *Respect* dari Kiara Leswara dimanfaatkan untuk menumbuhkan *respect* positif terhadap produk Kaila *Body Lotion* dan memanfaatkan sosoknya yang jauh dari pemberitaan negatif. Kaila *Body Lotion* memanfaatkan *similarity* antara Kiara Leswara dengan target pasar yang dituju berdasarkan usia, demografi, gaya busana dan kesesuaian karakteristik sehingga pesan mudah untuk diterima.

Kata kunci: *Internet Marketing, Instagram, Celebrity Endorser.*

***ROLE OF KIARA LESWARA
AS A CELEBRITY ENDORSER
ON KAILA LIGHTENING SKIN CARE
BODY LOTION PRODUCTS ON INSTAGRAM***

Denis Rahmawati

ABSTRACT

This study discusses the role of Kiara Leswara as a celebrity endorser on Kaila Lightening Skin Care Body Lotion products on Instagram. The purpose of this study was to find out how to use the role of Kiara Leswara as a celebrity endorser on Kaila Lightening Skin Care Body Lotion products on Instagram using the concept of characteristics of the celebrity endorser by T.E.A.R.S model (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, and Similarity) launched by Terence A Shimp. This research uses qualitative methods with descriptive research and case study approach. Data collection technique that was used included in-depth interviews with key informants who were selected through purposive sampling, namely the Kaila Lightening Skin Care Body Lotion brand representative, literature study and online data search. To test the validity of the data, this study uses triangulators who are experts in the field of internet marketing. The results of this study indicate that Kaila Body Lotion utilizes the trustworthiness possessed by Kiara Leswara by utilizing honesty and sincerity in giving reviews, utilizing fame and existence which ultimately fosters sympathy that ends with a sense of trust in the public. In expertise, Kaila Body Lotion utilizes the knowledge and experience of Kiara Leswara who has been a beauty enthusiast since 2013 as well as her skills in speaking and producing interesting photos or videos. The attractiveness of Kiara Leswara is utilized by Kaila Body Lotion through attractive physical attractiveness, a gentle, as-yet, simple and honest manner that can attract public attention. Respect from Kiara Leswara is used to foster positive respect for Kaila Body Lotion products and utilize her figure that is far from negative reporting. Kaila Body Lotion utilizes the similarity between Kiara Leswara and the targeted market based on age, demography, fashion style and suitability of characteristics so that messages are easy to receive.

Keywords: Internet Marketing, Instagram, Celebrity Endorser.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	25
2.2.3 <i>Internet Marketing</i>	32
2.2.4 Media Sosial	34
2.2.5 Instagram	35
2.2.6 <i>Celebrity Endorser</i>	38
2.3 Kerangka Pemikiran	46

BAB III METODOLOGI

3.1 Metode Penelitian 47

3.2 Objek Penelitian 48

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 48

 3.3.1 Sumber Data 48

 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data 49

3.4 Definisi Konseptual dan Oprasionalisasi Konsep 50

 3.4.1 Definisi Konseptual 50

 3.4.2 Oprasionalisasi Konsep 52

3.5 Teknik Analisis Data 53

3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data 54

3.7 Batasan Penelitian 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 57

 4.1.1 Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* 59

 4.1.2 Harga Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* 60

 4.1.3 Distribusi Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* 60

 4.1.4 Promosi Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* 61

4.2 Hasil Penelitian 61

 4.2.1 Profil Kiara Leswara 61

 4.2.2 Peran Kiara Leswara sebagai *Celebrity Endorser* pada Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram 63

 4.2.2.1 Temuan tentang Kepercayaan (*Trustworthiness*) 69

 4.2.2.2 Temuan tentang Keahlian (*Expertise*) 71

 4.2.2.3 Temuan tentang Daya Tarik (*Attractiveness*) 74

 4.2.2.4 Temuan tentang Kehormatan (*Respect*) 75

 4.2.2.5 Temuan tentang Kemiripan (*Similarity*) 77

4.3 Pembahasan 78

 4.3.1 Pemanfaatan *Trustworthiness* Selebriti dalam Peran Kiara Leswara sebagai *Celebrity Endorser* pada Produk Kaila *Lightening Skin Care Body Lotion* di Instagram 79

4.3.2	Pemanfaatan <i>Expertise</i> Selebriti dalam Peran Kiara Leswara sebagai <i>Celebrity Endorser</i> pada Produk Kaila <i>Lightening Skin Care Body Lotion</i> di Instagram	82
4.3.3	Pemanfaatan <i>Attractiveness</i> Selebriti dalam Peran Kiara Leswara sebagai <i>Celebrity Endorser</i> pada Produk Kaila <i>Lightening Skin Care Body Lotion</i> di Instagram	84
4.3.4	Pemanfaatan <i>Respect</i> Selebriti dalam Peran Kiara Leswara sebagai <i>Celebrity Endorser</i> pada Produk Kaila <i>Lightening Skin Care Body Lotion</i> di Instagram	86
4.3.5	Pemanfaatan <i>Similarity</i> Selebriti dalam Peran Kiara Leswara sebagai <i>Celebrity Endorser</i> pada Produk Kaila <i>Lightening Skin Care Body Lotion</i> di Instagram	87

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Akademis	90
5.2.2	Saran Praktis	91

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Kaila <i>Lightening Skin Care Body Lotion</i>	5
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia	6
Gambar 1.3 Penggunaan Platform Media Sosial Di Indonesia	7
Gambar 1.4 Profil Pengguna Instagram	8
Gambar 1.5 Video Kaila Yang Dipromosikan Oleh Kiara	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	46
Gambar 4.1 Logo Kaila	58
Gambar 4.2 Kiara Leswara	62
Gambar 4.3 Tampilan Komentar Pada Instagram Kiara Leswara	63
Gambar 4.4 Video <i>Unboxing</i> Pada Instagram Kiara Leswara	67
Gambar 4.5 Video Ajakan <i>Activity</i> Pada Instagram Kiara Leswara	67
Gambar 4.6 Video Manifesto Kaila Yang Diperankan Kiara Leswara	68
Gambar 4.7 Foto <i>Event Launching</i> Kaila Yang Dihadiri Kiara Leswara	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia	1
Tabel 1.2 Daftar Produk <i>Hand and Body Lotion</i> di Indonesia	3
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	52