

**PENGUNAAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA AKUN
INSTAGRAM ELLAFASHIONSHOPP DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



FADIAH AQILA

1151003100

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

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya milik saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Fadiah Aqila

NIM : 1151003100

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Februari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Fadiah Aqila

Nim : 1151003100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Penggunaan *Celebrity Endorsement* pada akun Instagram

Ellafashionshopp dalam Upaya meningkatkan Minat Beli konsumen.

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adrian Arditiar M.I.Kom



Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Vivid F Argarini, B. Arts., Dr.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan berkah dan Rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir yang berjudul “ **Penggunaan *Celebrity Endorsement* pada akun Instagram *Ellafashionshopp* dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen**” ini dengan sangat baik.

Penyusunan dalam Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyelesaikan masa pendidikan Sarjana Ilmi Komunikasi di Universitas bakrie. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, peneliti membutuhkan waktu kurang lebih lima bulan yang peneliti lakukan ialah memanfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Melakukan studi pustaka yang dapat diangkat sesuai dengan *topic* yang telah ditentukan dalam penelitian ini, melengkapi formulir yang dibutuhkan serta melakukan kegiatan bimbingan konsultasi yang wajib dilakukan oleh dosen pembimbing Tugas Akhir. Selama proses melakukan penelitian dan penyelesaian sampai benar-benar selesai.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai, dengan ketulusan hati dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Mama dan Papa**

Terima kasih banyak sudah mendukung peneliti dan yang selalu memberikan *support* dan dukungan yang tidak ada hentinya dan memberikan doa yang tulus pada peneliti pada saat melakukan penelitian agar diberikan kemudahan dalam menyelesaikan dengan baik dan benar serta motivasi yang selalu membuat bangkit lagi hingga selalu ada untuk penulis”

2. Adrian Arditiar M.I.Kom

Terima kasih kepada mas Adrian selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis sampai bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dan selalu memberikan solusi hingga support yang luar biasa disaat penulis menghadapi kesulitan serta telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan kepada penulis terkait penelitian ini.

3. Dosen dan staff ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terimaka kasih kepada dosen-dosen ku karena telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga dan mahal untuk bekal masa depan nanti ketika memasuki dunia kerja.

4. Informan-Informan Penelitian

Terima kasih banyak pada kak Ella, kak July, kak erin, kak dita, kak nadilah, kak firsa, kak Zahra yang telah meluangkan waktunya untuk bersedia di temui dan diwawancarai secara mendalam serta memberikan informasi yang sangat bermanfaat untuk penulis.

5. Teman-Teman Tercinta

Terima kasih kepada Brigitta Erine, Irna Laudza, Dita Yuliani, Nadilah Ulfah , Rayna Aishita, Novisa, firsabila, yang telah menyemangati penulis, membantu serta mendengarjan keluh kesah penulis setiap harinya selama menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih karena selalu ada untuk penulis.

6. Rizky Pratama

Terima kasih Rizky selalu ada untuk penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis, menyemangati tiada henti dan selalu membantu kesulitan penulis baik itu dalam mencari narasumber dan lokasi narasumber, serta support yang tiada hentinya diberikan hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

7. Teman-teman seperbimbingan

Terima kasih kak Ratih, kak Ely, kak Felix, Rayna telah berjuang bersama berkeluh kesah bersama dan mencapai sampai saat ini juga bersama, terima kasih selalu saling support untuk menyelesaikan penelitian ini dan menjadikan satu sama lain motivasi.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih telah hadir menjadi teman-teman yang banyak memberi pelajaran dalam segi apapun semoga kalian semua sukses kedepannya semoga ini bukan akhir dari menjalin pertemanan.

9. Staf Ilmi komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada mba Frida dan mas Bunda Virgin yang selalu membantu penulis dalam menangani akademik hingga bisa lulus dengan lances.

Jakarta 20 Februari 2020

Penulis,

Fadiyah Aqila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIK

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadiah Aqila
NIM : 1151003100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

“Penggunaan *Celebrity Endorsement* pada akun Instagram *Ellafashionshopp* dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama menacantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta dan sebagai hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Februari 2020

Yang menyatakan



Fadiah Aqila

**PENGUNAAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA AKUN INSTAGRAM
ELLAFASHIONSHOPP DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI
KONSUMEN**

Fadiah Aqila

ABSTRAK

Toko online saat ini semakin menampakan geliat pertumbuhannya ditandai dengan munculnya platform belanja online seperti Tokopedia, Lazada, Zalora dan lain sebagainya. Dalam mengelola sebuah toko *online* dibutuhkan yang namanya strategi promosi yang tepat agar dapat menumbuhkan kesadaran *brand* pada *audience*. Salah satu dari startegi yang digunakan adalah dengan menggunakan jasa *Celebrity Endorsement /selebgram* untuk mempromosikan suatu *brand* dan produk. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana sebuah *brand* yang menggunakan *Celebrity Endorsement /selebgram* sebagai strategi promosi melalui indikator keberhasilan *endorsement* seperti yang disebutkan oleh Percy dan Rossiter. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengguna *Celebrity Endorsement* pada akun instagram Ellafashionshopp dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen yang di mana penerapan minat beli dengan menggunakan *Celebrity Endorsement* dilihat dari kriteria-kriteria pengguna *Celebrity Endorsement* menurut Percy dan Rossiter yaitu, *Visibility, Creadibility, Attraction*, dan *Power*. Sebuah *brand* yang menerapkan kriteria-kriteria tersebut dalam melakukan pemilihan *Celebrity Endorsement* dapat meningkatkan minat beli konsumen karena dengan menggunakan *Celebrity Endorsement* yang telah dikenal banyak *audience*, memiliki *kredibilitas*, daya tarik dan *power* yang baik dengan begitu dapat menjadikan *audience* mengenal *brand* tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan model deskriptif kualitatif. Oleh sebab itu sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang mendukung dan *valid* akan kebenarannya seperti studi pustaka dan jurnal. Informan pada penelitian ini adalah pihak yang terkait langsung dan ikut andil saat melakukan promosi.

Kata kunci : *Celebrity Endorsement*, Instagram, Promotion Mix, Minat beli konsumen

**PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA AKUN INSTAGRAM
ELLAFASHIONSHOPP DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI
KONSUMEN**

Fadiyah Aqila

ABSTRACT

Online stores are now increasingly showing their growth marked by the emergence of online shopping platforms such as Tokopedia, Lazada, Zalora and others. In managing an online store it takes the right promotion strategy in order to grow brand awareness in the audience. One of the strategies used is to use Celebrity Endorsement services to promote a brand and product. In this research, it explains about how a brand that uses Celebrity Endorsement / program as a promotion strategy through indicators of endorsement success as mentioned by Percy and Rossiter. The purpose of this study was to analyze Celebrity Endorsement users on the Ellafashionshopp Instagram account in an effort to increase consumer buying interest in which the application of buying interest using Celebrity Endorsement is seen from Celebrity Endorsement user criteria according to Percy and Rossiter, namely, Visibility, Credibility, Attraction, and Power . A brand that applies these criteria in selecting Celebrity Endorsement can increase consumer buying interest because by using Celebrity Endorsement that is well known to many audiences, it has good credibility, attractiveness and power so as to make the audience know the brand. This research is a qualitative research with a descriptive qualitative model. Therefore the source of the data used in this study is primary data in the form of in-depth interviews and secondary data obtained from sources that support and are valid for truth such as literature and journals. The informants in this research are those who are directly involved and take part in the promotion.

Keywords: celebrity endorser, Instagram, promotion mix, consumer buying interest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIK	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	28
1.4.2 Manfaat Praktis.....	28
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	29
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	29
2.2 Tinjauan Pustaka	47
2.2.1 Promotion Mix	47
a. Promotion Mix	47
2.2.2 Media Sosial.....	50
2.2.2.1 Instagram	51
2.2.3 <i>Endorsement</i>	56
2.2.3.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	56
2.2.3.1 <i>Typical Person Endorsement</i>	57
2.2.3.2 <i>Endorsement</i> Sebuah Alat Komunikasi Pemasaran	57
2.2.3.4 Atribut Endorsers: Model TEARS	58
2.2.3.5 Indikator <i>Selebrity Endorsement</i>	60
2.2.4 Minat Beli	62
2.2.4.1 Definisi Minat Beli	62
2.2.4.2 Indikator Minat Beli	63
2.3 Kerangka Pemikiran	69
Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	70

3.1	Metode Penelitian	70
3.2	Objek Penelitian	71
	Gambar 3.1 <i>Selebgram Endorsement @Ellafashionshopp</i>	72
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	72
3.3.1	Sumber Data	72
3.3.1.1	Sumber Data Primer	72
3.3.1.2	Sumber Data Sekunder	73
3.3.2	Teknik Pengumpulan data	73
3.4	Definisi Konseptual.....	75
	Tabel 3. 1 Definisi Konseptual	75
3.5	Teknik Analisis Data	77
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	78
3.7	Tekhnik Pengujian Keabsahan Data	79
3.8	Batasan Penelitian.....	80
BAB IV	81
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.1 1	Sejarah Ellafashionshopp.....	81
4.1 2	Produk dari Ellafashionshopp	82
4.1 3	Media Sosial Instagram Ellafashionshopp.....	83
4.1.4	Profil Informan.....	86
4.2	Hasil Penelitian	89
4.2.1	Promosi yang dilakukan Ellafashionshopp.....	89
4.2.2	Media Sosial Instagram Pada Ellafashionshopp	91
4.2.3	Penggunaan <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap minat beli konsumen Ellafashionshopp.....	93
4.2.4	Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Ellafashionshopp	103
4.3	Pembahasan	107
4.3.1	penggunaan <i>Celebrity Endorsement</i> Sebagai Strategi Promosi Ellafashionshopp.....	107
4.3.2	AIDA Sebagai Pendekatan Pemasaran.....	117
4.3.2.1	Attention Dapat Bermakna Serta Memberikan Rasa Kepercayaan dan Berbeda Dengan Yang Lain.....	117
4.3.2.2	Menumbukan Minat Beli Dilihat Dari Fitur dan Benefit.....	119
4.3.3.3	Motivasi Memiliki Produk dan Menciptakan Kebutuhan Konsumen	122

4.3.3.4	Keputusan Pembelian Pada Calon Pembelian	124
BAB V	126
PENUTUP	126
5.1	Kesimpulan.....	126
		5.2 Saran 127
5.2.1	Saran Teoritis	127
5.2.2	Saran Praktis	128
DAFTAR PUSTAKA	129
Lampiran	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram @goldenviera	18
Gambar 1.2 Instagram @keanuagl	20
Gambar 1.3 Instagram @titipdongkak	21
Gambar 1.4 Instagram @keanuagl	21
Gambar 1.5 Instagram @Ellafashionshopp	23
Gambar 1.6 Toko Offline @Ellafashionshopp.....	24
Gambar 1.7 Instagram @girlfashionstory.....	25
gambar 1.8 Instagram @mayaoutfit_bekasi	26
gambar 1.9 Instagram @clo_id.....	27
Gambar 3.1 Selebgram Endorsment @Ellafashionshopp	72
Gambar 4.1 Logo Ellafashionshopp	82
Gambar 4.2 Akun Instagram Ellafashionshopp	84
Gambar 4.3 Produk Ellafashionshopp.....	85
Gambar 4.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	85
Gambar 4.5 Informan <i>customer</i>	86
Gambar 4.6 Informan <i>customer</i>	86
Gambar 4.7 Informan <i>customer</i>	87
Gambar 4.8 Informan <i>customer</i>	87
Gambar 4.9 Informan <i>customer</i>	87
Gambar 4.10 Informan tambahan	88
Gambar 4.11 Informan tambahan	88
Gambar 4.12 <i>Triangulator</i> Media Sosial	88
Gambar 4.13 Iklan atau promosi Ellafashionshopp.....	90
Gambar 4.14 Toko Offline Ellafashionshopp.....	91
Gambar 4.15 Akun Instagram Rachel Vennya.....	94
Gambar 4.16 Akun Instagram Awkarin.....	95
Gambar 4.17 Profile Racehel Vennya.....	100
Gambar 4.18 Profile Awkarin	101
Gambar 4.19 usaha Rachel Vennya	111
Gambar 4.20 Usaha Awkarin.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	69
Tabel 3.1 Definisi Konseptual... ..	75
Table 4.1 Produk Ellafashionshopp	83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil wawancara dengan owner Ellafashionshopp, Ella
- Lampiran 2 Hasil wawancara dengan Tim Admin Ellafashionshopp, July
- Lampiran 3 Hasil wawancara dengan followers Ellafashionshopp, Nadilah
- Lampiran 4 Hasil wawancara dengan followers Ellafashionshopp, Brigitta Erin
- Lampiran 5 Hasil wawancara dengan followers Ellafashionshopp, Dita Yuliani
- Lampiran 6 Hasil wawancara dengan followers Ellafashionshopp, Zahra
- Lampiran 7 Hasil wawancara dengan followers Ellafashionshopp, Firsabila