

**ANALISIS PENGGUNAAN *ENDORSER* PADA AKUN
INSTAGRAM *STORIES* PURPLE.ID SEBAGAI KOMUNIKASI
PEMASARAN *ONLINE***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

PARANITA LILIN DAMARATRI

1151003122

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

2019

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Paranita Lilin D

NIM: 1151003122

Tanda Tangan:



Tanggal: 7 Agustus 2019

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

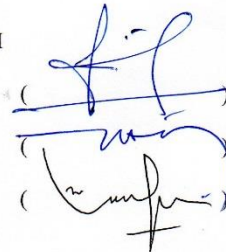
Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Paranita Lilin D
NIM : 1151003122
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan *Endorser* Pada Akun Instagram *Stories purple.id* Sebagai Komunikasi Pemasaran *Online*

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 : Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Agustus 2019

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN PUBLIKASI

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

Nama : Paranita Lilin Damaratri

NIM : 1151003122

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Penggunaan *Endorser* Pada Akun Instagram *Stories* purple.id Sebagai Komunikasi Pemasaran *Online*

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 9 Mei 2019

Yang Menyatakan,

Paranita Lilin D

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Endorser Pada Akun purple.id Sebagai Komunikasi Pemasaran Online.**” Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan terkait Tugas Akhir ini, peneliti membutuhkan waktu sekitar lima bulan yang peneliti manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan, melakukan studi pustaka, yang sesuai dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini, melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen Pembimbing Tugas Akhir. Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini peneliti menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan serta motivasi serta pertolongan dari yang Maha Kuasa, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.

Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya penyusunan Proposal Tugas Akhir ini hingga tahap selesai, diantaranya peneliti ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

1. Mama dan Papap

Terima kasih kepada Mamah dan Papa tersayang yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan kepada peneliti di saat peneliti membutuhkan pertolongan, seperti psikologis, moril, sampai dengan materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini ini dengan tepat waktu.

2. Adrian Arditiar, M.I.Kom

Terima kasih banyak kepada Bapak Adrian selaku dari dosen pembimbing skripsi yang sangat baik, peduli serta selalu memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas rintangan dan permasalahan yang selaku dihadapi oleh peneliti selama penyusunan Tugas Akhir ini.

3. Suharyanti, M.S.M

Ibu Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan penguji 1 terima kasih untuk selalu mendukung mahasiswa-mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie untuk memperkaya ilmu dan mengembangkan potensinya.

4. Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S

Terima kasih banyak kepada Ibu Suharyanti dan Ibu Wahyuni selaku penguji yang telah memberikan arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini

5. Dosen Universitas Bakrie

Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkannya dengan semangat dan rasa sabar. Selain ilmu, terima kasih telah menjadi teman sekaligus orang tua untuk peneliti.

6. Sahabat-sahabat terdekat saya di Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya, Glinka, Juliet, Tamara, Umay, Bella, Rifda, Larasati Rachel. Ervina, Fakhri Jaka, yang selalu mendukung penulis dari awak perkuliahan hingga tidak terasa sudah mau lulus.

7. Sahabat-sahabat SMA saya

Terima kasih kepada sahabat-sahabat SMA saya, Jihan, Shafira, Muthia, Claudya, Cela , Indah yang telah mendukung saya dalam mengerjakan skripsi ini dan saling mendukung satu sama lain sehingga peneliti lebih semangat mengerjakan penelitian ini.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2015

Terima kasih kepada teman-teman ILKOM Bakrie 2015 atas canda dan tawa yang selalu menceriakan hari peneliti. Perjuangan yang dilakukan bersama-sama dari awal masuk kampus hingga saat ini merupakan dari dukungan dan motivasi bagi peneliti

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, 25 Juli 2019

Paranita Lilin D

**ANALISIS PENGGUNAAN *ENDORSER* PADA AKUN INSTAGRAM
STORIES PURPLE.ID SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE***

Paranita Lilin Damaratri

ABSTRAK

Banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, membuat media sosial ini menjadi salah satu media sosial yang efektif untuk proses pemasaran. Endorser merupakan seseorang yang mempunyai reputasi dan latar belakang yang baik untuk dipercayakan membicarakan suatu produk. Endorser dapat sangat membantu para online shop dalam meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk. Pemilihan endorser secara tepat diharapkan dapat menimbulkan dampak yang baik bagi online shop di Instagram. Penelitian ini menjelaskan tentang penggunaan media sosial instagram dan *endorser* pada akun purple.id dalam kegiatan komunikasi pemasaran *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram *stories* dan *endorser* pada akun purple.id sebagai komunikasi pemasaran *online*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam sekaligus penelusuran secara *online* dan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang valid dan mendukung yaitu studi pustaka dan jurnal. Penggunaan media sosial instagram ini berguna untuk menciptakan informasi interaktif dan informatif antara purple.id dan pengikutnya. *Endorser* dijadikan sebagai alat komunikasi pemasaran karena mempunyai massa atau *followers* yang dapat dipengaruhi. Berdasarkan analisis penelitian ini menemukan bukti bahwa media sosial instagram purple.id dan penggunaan *endorser* bisa dijadikan sebuah alat komunikasi pemasaran *online* pada akun purple.id

Kata Kunci: Instagram, Instagram *stories*, Endorser, Komunikasi Pemasaran *Online*, purpleid

**THE ANALYSIS OF THE USE OF ENDORSER ON PURPLE.ID INSTAGRAM
STORIES ACCOUNT AS ONLINE MARKETING COMMUNICATION**

Paranita Lilin Damaratri

ABSTRACT

The large number of Instagram users in Indonesia has made social media an effective social media for the marketing process. Endorser is someone who has a good reputation and background to be entrusted to discuss a product . Endorser can greatly help the online shop in increasing the attractiveness of consumers to buy a product. The selection of the right endorser is expected to have a good impact on the online shop on Instagram. This research explains the use of social media platform Instagram stories and endorser on purple.id account in the field of online marketing communication. The purpose of this research are to find out the use of Instagram stories and endorser on purple.id account as online marketing communication. On this research, the author uses descriptive analytical method. The data sources are consist of primary data in the form of in-depth interview and online research; the secondary data obtained from valid and trusted sources, which are literature review and journal article. As a social media platform, Instagram is useful for creating interactive and informative connections between purple.id and followers. Endorser becomes a marketing communication tool, because they have huge numbers of mass or followers that can be influenced. Based on the analysis, this research found evidence that social media platform, Instagram and endorser can be used as an online marketing communication tool for puple.id account.

Keywords: *Instagram, Instagram stories , endorser, online marketing communication, purpleid*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	x
UNGKAPAN TERIMA KASIH	xii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II Kerangka Teoritis.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	26
2.2.1 Komunikaasi Pemasaran <i>Online</i>	26
2.2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	27
2.2.1.2 <i>Instagram</i>	28
2.2.2 <i>Endorses</i>	33
2.2.2.1 <i>Celebrity Endorsers</i>	33

2.2.2.2 Typical Person Endorses	34
2.2.2.3 Endorses Sebuah Alat Komunikasi Pemasaran	34
2.2.2.4 Atribut Endorsers: Model TEARS	35
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III Metodologi Penelitian	40
3.1 Metodologi Penelitian	40
3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder.....	41
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Definisi Konseptual	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	45
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Purple.id	49
4.1.2 Profil Informan.....	51
4.1.3 Subjek Triangulator.....	53
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	56
4.2.2 Endorser Sebagai Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	66
4.3 Pembahasan.....	75
4.3.1 Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	75
4.3.1.2 Instagram purple.id Sebagai Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	77
4.3.2 Endorser purple.id Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran	86
4.3.2.1 Atribut Endorser Model TEARS.....	92
1. Credibility	93

1a. <i>Trustworthies</i>	94
1b. <i>Expertise</i>	97
2. <i>Attractiveness</i>	99
2a. <i>Physical Attractiveness</i>	100
2b. <i>Respect</i>	100
2c. <i>Similarity</i>	102
BAB V Kesimpulan dan Saran	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2.Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh <i>Endorser</i>	4
Gambar 1.2 Contoh <i>Endorsers</i>	5
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	48
Gambar 4.2 Profil Instagram purple.id	50
Gambar 4.3 Manchika <i>Owner</i> purple.id.....	52
Gambar 4.4 Foto Informan Tambahan.....	53
Gambar 4.5 Profil Insatgram Utama purple.id.....	57
Gambar 4.6 Akun testimonial purple.id	57
Gambar 4.7 Highlights purple.id.....	58
Gambar 4.8 LINE@ purple.id.....	59
Gambar 4.9 Bahan purple.id	60
Gambar 4.10 <i>Size Chart</i> purple.id	61
Gambar 4.11 <i>Instastory</i> purple.id.....	62
Gambar 4.12 Unggahan <i>feeds</i> purple.id.....	62
Gambar 4.13 <i>Templates instastory</i> purple.id	63
Gambar 4.14 Hasil <i>hashtag</i> #purple.id	64
Gambar 4.15 <i>Highlights</i> #Wearpurpleid.....	65
Gambar 4.16 Profil Kesha Ratuliu	67
Gambar 4.17 Profil Insatgram Awkarin.....	68
Gambar 4.18 Awkarin <i>endorser</i> purple.id	70
Gambar 4.19 Rachel Vennya <i>endorser</i> purple.id.....	71
Gambar 4.20 Konten <i>feeds</i> purple.id.....	79
Gambar 4.21 Konten <i>feeds</i> purple.id.....	81

Gambar 4.22 Konten <i>instastory</i> purple.id.....	82
Gambar 4.23 Konten <i>polling</i> purple.id	83
Gambar 4.24 Konten <i>ask me question</i> purple.id	84
Gambar 4.25 Tagar purple.id	85
Gambar 4.26 Hasil pencarian tagar #purpleid.....	86
Gambar 4.27 <i>Endorser</i> purple.id.....	90
Gambar 4.28 <i>Endorser</i> purple.id.....	91
Gambar 4.29 <i>Endorser</i> purple.id	92
Gambar 4.30 <i>Review</i> Rachel Vennya di <i>instastory</i>	95
Gambar 4.31 <i>Review</i> Vira Brabo di <i>instastory</i>	96
Gambar 4.32 <i>Endorser</i> Dindra Nashriah	97
Gambar 4.33 <i>Endorser</i> Nadya Maudy	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	13
Tabel 3.4 Definisi Konseptual	43
Tabel 4.1 Informan Tambahan	52
Tabel 4.2 Subjek Triangulator.....	54

DAFTAR BAGAN

2.5 Kerangka Pemikiran..... 38