



***PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI KREDIBILITAS ENDORSER ANGGUN C SASMI
DALAM IKLAN TVC PANTENE VERSI TANDA TANGAN***

(Survey terhadap Karyawati Adira Kreo Ciledug)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Disusun Oleh :

ARUM RIA RAHAJENG

44308010019

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Arum Ria Rahajeng
NIM : 44308010019
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI KREDIBILITAS
ENDORSER ANGGUN C SASMI DALAM IKLAN
PANTENE VERSI TANDA TANGAN

Jakarta , 4 November 2012

Mengetahui

Pembimbing

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.si.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Arum Ria Rahajeng
NIM : 44308010019
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : **PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI
KREDIBILITAS ENDORSER ANGGUN C SASMI
DALAM IKLAN PANTENE VERSI TANDA TANGAN**

Jakarta , 29 November 2012

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing


(Dr. Hardiyanto Djatmiko, M.S.i)


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.S.i)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.S.i)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Arum Ria Rahajeng
NIM : 44308010019
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : **PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI
KREDIBILITAS ENDORSER ANGGUN C SASMI
DALAM IKLAN PANTENE VERSI TANDA TANGAN**

Jakarta , 29 November 2012

Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

Penguji Ahli

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Pembimbing

Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

()
()
()

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini yang berjudul “Persepsi Khalayak Mengenai Kredibilitas Endorser Anggun C Sasmi Dalam Iklan TVC Pantene Versi Tanda Tangan”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna mencapai kelulusan Sarjana Komunikasi. Berkat bantuan dari pihak yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Jurusan Marcomm & Advertising yang telah memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kedua Orang Tua tercinta (Bapak Suwar dan Ibu Siti Ngaisah) dan kelima kakaku tercinta dan ponakan ku yang selalu memberikan hiburan saat jenuh melanda dalam mengerjakan skripsi yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta dorongan semangat bagi penulis demi kelancaran skripsi ini.

4. Teman – teman seperjuangan (Imelda Ameliya Susilowati, Anisa Sari Wahyuni, Yuliyanti, Tri Yuniati, Yunia, Komang Ayu Ardinisari, Riska Maulia Jayanti, Andini Oktavianty) yang telah berjuang bersama-sama dan membantu dalam melaksanakan skripsi ini.
5. Teman – teman seperjuangan Marcomm & Advertising Angkatan 2008.

Penulis menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini selanjutnya.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis, khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 1 November 2012

Arum Ria Rahajeng

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi Sebagai Sebuah Proses	7
2.2 Pengertian Iklan dan Periklanan	8
2.3 Efek Periklanan	10
2.4 Elemen – Elemen Dalam Iklan	13
2.5 Teori kredibilitas	14
2.5.1 Trustworthiness	15
2.5.2 Expertise	17
2.5.3 Attractiveness	18
2.6 Televisi sebagai Media Beriklan	18
2.7 Khalayak	20
2.8 Sumber	20
2.9 Peran Selebriti Pendukung dalam Periklanan (Endorsment)	22
2.10 Persepsi Konsumen	26
2.10.1 Seleksi	28
2.9.2 Pengorganisasian	29
2.9.3 Interpretasi	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	31
3.1 Tipe Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32

3.4	Definisi Konsep.....	33
3.5	Operasionalisasi Konsep.....	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	37
	3.6.1 Data Primer.....	37
	3.6.2 Data Sekunder.....	38
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
	3.7.1 Proses Editing	40
	3.7.2 Proses Pengkodean Data (Coding).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
	4.1.2 Sejarah Perusahaan P&G	42
	4.1.3 Story Board Iklan Pantene versi Tanda Tangan	44
	4.1.4 Alur Cerita Iklan Sampo Pantene Versi Tanda Tangan.....	46
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.2	Rekapitulasi Keleuruhan Dimensi Kredibilitas Endorser.....	81
4.3	Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Daftar Tabel

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
3.1	Operasionalisasi Konsep	35
4.1	Identitas Responden	48
4.2	Usia Responden	49
4.3	Rambut Anggun Bebas Ketombe	50
4.4	Rambut Anggun Halus	51
4.5	Penyampaian Pesan Anggun Apa Adanya	52
4.6	Anggun Akan Memberikan Tanda Tangannya Kepada Wanita Lain Yang Mau Beralih Ke Sampo Pantene	53
4.7	Anggun C Sasmi Konsisten dalam Penggunaan Sampo Pantene	54
4.8	Anggun Loyal Dalam Shampo Pantene	55
4.9	Anggun Tanggung Jawab Dalam Mengendrose Sampo Pantene	56
4.10	Anggun Menyampaikan Pesan Apa Adanya	57
4.11	Anggun Tidak Memiliki Cacat Selama Menjadi Endorser Pantene	58
4.12	Anggun Selalu Menghadiri <i>Roadshow</i> Pantene	59
4.13	Anggun Mampu Mengajak Artis Lain Beralih Ke Sampo Pantene	60
4.14	Hasil Sub Dimensi <i>Truthworthiness</i>	61
4.15	Anggun Sangat Paham Manfaat Sampo Pantene	63

4.16	Anggun Tau Varian Sampo Pantene	64
4.17	Rambut Anggun Bebas Ketombe Setelah Pemakaian Sampo Pantene	65
4.18	Rambut Anggun Halus Setelah Pemakaian Sampo Pantene	66
4.19	Anggun Mampu Menjelaskan Manfaat Sampo Pantene	67
4.20	Anggun Mampu Mengajak Wanita Lain Beralih Menggunakan Sampo Pantene	68
4.21	Anggun Mampu Berbicara Dengan Baik	69
4.22	Anggun Mampu Meyakinkan Wanita Lain	70
4.23	Hasil Sub Dimensi Expertise	71
4.24	Ketertarikan Dengan Tubuh Anggun Yang Indah	73
4.25	Ketertarikan Dengan Wajah Anggun Yang Ayu	74
4.26	Ketertarikan Suara Anggun Yang Merdu	75
4.27	Ketertarikan Pada Pengetahuan Anggun Yang Luas	76
4.28	Ketertarikan Dengan Sikap Anggun Yang Sopan Santun	77
4.29	Ketertarikan Dengan Talenta Lain Anggun Selain Menyanyi	78
4.30	Hasil Dimensi <i>Attractiveness</i>	79
4.31	Rekapitulasi Keseluruhan Dimensi Kredibilitas Endorser	81