



**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP EFEKTIFITAS FITRI
TROPIKA SEBAGAI ENDORSER IKLAN MENTARI
OBRAL-OBROL (WEKER) DI TELEVISI**

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising**

Disusun Oleh:

Nama : Habib Akbar

Nim : 44305010021

Jurusan : Marcomm & Advertising

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Habib Akbar
NIM : 44305010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Efektifitas Fitri Tropika sebagai
Endorser Iklan Mentari Obral-Obrol (weker) di televisi.

Jakarta, Agustus 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S.Sos., M,Si)

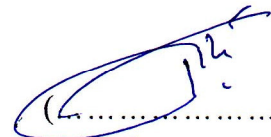
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Habib Akbar
NIM : 44305010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Efektifitas Fitri Tropika sebagai
Endorser Iklan Mentari Obral-Obrol (weker) di televisi.

Jakarta, Agustus 2010

1. Ketua Sidang

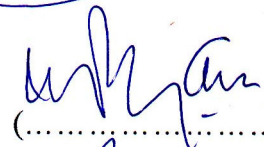
Nama : Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Drs. Ahmad Mulyana, M.Si.



(.....)

3. Pembimbing

Nama : SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si



(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN ADVERTISING**

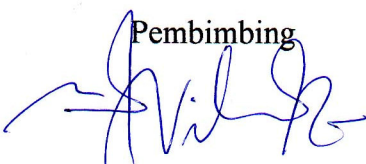
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Habib Akbar
NIM : 44305010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Efektifitas Fitri Tropika sebagai
Endorser Iklan Mentari Obral-Obrol (weker) di televisi.

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing



(SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si)

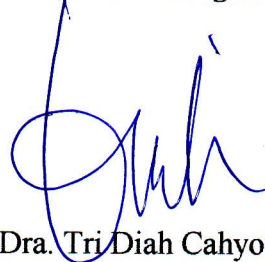
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani.M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati.M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘aalamiin dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayahNya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Persepsi khalayak terhadap Efektifitas Fitry Tropika sebagai *Endorser* Iklan Mentari Obral-Obrol (Weker) di Televisi.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjan strata satu (S1) Ilmu Komunikasi. Saat berlangsungnya penulisan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Namun berkat doa, usaha, Semangat dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan Rahmat dan balasan yang setimpal. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si. Sebagai pembimbing, terima kasih atas bimbingan nya selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dengan sabar, dan dukungan serta motivasi yang diberikan selama ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. Selaku ketua jurusan Advertising & Marketing Communication dan dosen pembimbing akademis penulis, terima kasih.

3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. terima kasih atas kesediaan bapak untuk menjadi ketua sidang penulis.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. terima kasih atas kesediaan bapak untuk menjadi penguji ahli penulis.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Terima kasih untuk ilmu-ilmu yang telah diberikan selama peneliti menjalani kuliah.
7. Seluruh staff Tata Usaha FIKOM terutama Bapak Syamsudin yang sudah banyak membantu peneliti dalam pembuatan surat-surat pengantar.
8. Kedua orang Tua ku, Ayahanda (Dobril Chaniago) dan Ibunda (Lilis Suryani) yang tentunya tak pernah lelah dan tak pernah berhenti memberikan yang terbaik selama hidupku, Makasih atas semua doa-doanya serta dukungannya yang tiada pernah berhenti, Kalian adalah anugerah yang teramat paling berharga yang diberikan Allah.
9. Untuk Kakak ku (Deby Maulina), serta Adik-adikku (Nefly Nuryanti, Muhammad Ramadan, dan Dela Fortuna) makasih atas doa, dukungan, perhatiannya selama ini untukku.
10. Untuk Sobatku Ferdinan (rete) dan Angga (ngantuk) terima kasih atas semangat dan dukungannya selama ini.
11. Untuk teman seperjuangan Skripsi Bobby, Danil, Hanes, Kiting, Pepeng, Beni semangat teman kita pasti bisa.

12. Untuk Nugroho, Alex, farid, Eman, Dika, Hendri, Robot, Bowo, Wigih, Irfan, Nurman, Cindy, Dian, Mirna, Seni dan Seluruh sahabat iklan angkatan 2005”*U All dBEST*”.
13. Untuk Hendris terima kasih atas dukungan dan masukan nya.
14. Untuk Arrin (Unpad) terima kasih atas dukungan dan support nya.
15. Untuk Devi (bunda) terima kasih atas bantuan dukungan data yang di berikan dan doa nya.
16. Untuk Ichad, Serli, Ayit, Zaki, Edo, Nando, Sila, Chandra, Gina, kibul, Panji, Bodong, rekan-rekan Fikom lainnya khususnya 2005 yang lain, Makasih atas semuanya bantuannya.
17. Untuk teman-teman Bem fikom, Aldi yose, Martinus, firman, badrun, tuan takur, OO, boby, wigih, robot, semoga kita dapat mengenang masa lalu selama di Bem dan dapat saling mensupport.
18. Untuk brother gout, Rifki, Ari, Nizar, Anggi, ridwan, Padang, Pentol, Iyus, Bom-bom, terima kasih atas supportnya semoga kita tetap kompak dan dapat sling membantu.
19. Untuk Rekan Marcomm Global TV. Mas Blanco, Tony, Adi Co2, Yuda, mba Danti, Dita, Monic, Adi both, Oka, Dede, Heri, Terima kasih atas pengalaman yang telah di berikan selama ini dan support nya.

Penulis juga menyadari sebagai hamba Allah, tentunya penulis tidak luput dari kesalahan serta kekurangan, khususnya pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf kepada semua pihak apabila terjadi kekhilafan

dalam penelitian ini. Demi kemajuan penulis dan perbaikan penulisan ini maka penulis membuka kesempatan untuk saran dan kritik sehubungan dengan penulisan skripsi ini.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Agustus 2010

Habib Abar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Secara Akademis.....	7
1.4.2. Secara Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 iklan Sebagai Proses Komunikasi	8
2.2 Pengetian Endorser.....	11
2.2.1 Jenis-jenis Endorser	12
2.2.2 Kegunaan Endorser	13
2.2.3 Dampak Penggunaan Endorser	15
2.3 Persepsi	16
2.3.1 Terpaan (Exposure)	17
2.3.2 Perhatian (<i>Attention</i>).....	18
2.3.3 Pemahaman (Interpretation)	19

2.3.1 Kredibilitas (<i>Proses Internalisasi</i>).....	20
2.3.2 Daya Tarik (<i>Proses identifikasi</i>).....	20
2.4 Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R).....	22
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Sifat Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sample	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sample	28
3.4 Definisi dan Operasional Konsep	29
3.4.1. Definisi Konsep	29
3.4.2. Operasional Konsep	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Data Primer.....	32
3.5.2 Data Sekunder	32
3.6. Teknik Alanalisi Data	33
3.6.1 Editing	33
3.6.2 Coding	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN
4.1. Sejarah Umum PT. Indosat Tbk.....	38
4.1.2 Visi dan Misi PT Indosat Tbk	40
4.1.2.1 Visi PT Indosat Tbk	40
4.1.2.2 Misi PT Indosat Tbk	40
4.2 Gambaran Tentang Iklan Mentari Versi Obral Obrol	41
4.3 Hasil Kuesioner.....	41
4.4 Analisis dan Pembahasan	60

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	64
	5.2 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 31 Data Mahasiswa/Mahasiswi kelas karyawan Universitas Mercu Buana	27
2. Tabel 3.2 Operasional Konsep.....	31
3. Tabel 4.1 Data Responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
4. Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Pekerjaan.....	43
5. Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan penghasilan.....	43
6. Tabel 4.4 Pernah nya melihat Fitri Tropika sebagai Model Iklan.....	44
7. Tabel 4.5 Perhatian terhadap iklan yang pernah di bintang Fitri Tropika.....	45
8. Tabel 4.6 Pernah melihat Iklan Mentari Obral Obrol (weker) di Televisi.....	46
9. Tabel 4.7 Perhatian terhadap model iklan Mentari Obral Obrol di Televisi.....	46
10. Tabel 4.8 Selebriti yang membintangi Iklan Mentari Obral Obrol (weker).....	47
11. Tabel 4.9 Pesan yang disampaikan oleh model iklan Mentari Obral – Obrol (weker) dapat dipercaya.....	48
12. Tabel 4.10 Kesesuaian Model Iklan Fitri Tropika Dengan Produk Mentari Obral Obrol.....	49
13. Tabel 4.11 Kejelasan vokal model iklan Mentari Obral Obrol (weker) di Televisi.....	50
14. Tabel 4.12 Peran model iklan (Fitri Tropika) dalam mewakili Produk Mentari Obral Obrol di Televisi.....	51
15. Tabel 4.13 Kompetensi model iklan Mentari Obral Obrol (Fitri Tropika sebagai Anouncer di televisi.....	52
16. Tabel 4.14 Kecocokan Iklan Fitri Tropika Sebagai Host Dalam Membintangi Iklan Mentari Obral Obrol (weker) di Televisi.....	53.

17. Tabel 4.15	Kesesuaian Tingkah Laku / Gerak Tubuh Fitri Tropika pada Iklan Mentari Obral Obrol (weker) di Televisi.....	54
18. Tabel 4.16	Popularitas Fitri Tropika menjadi daya tarik iklan Mentari Obral Obro di	55
19. Tabel 4.17	Kesesuain karakter Fitri Tropika dengan responden pada iklan Mentari Obral Obrol	56
20. Tabel 4.18	Kesesuaian karakter Fitri Tropika dengan produk Mentari Obral Obrol.....	57
21. Tabel 4.19	Berdasarkan banyak nya iklan lain yang di dukung Fitri Tropika selain iklan Mentari Obral .Obrol.....	58
22. Tabel 4.20	Akumulasi Perhatian.....	59
23. Tabel 4.21	Akumulasi Pemahaman.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

- 1.** Lampiran 1. Permohonan Pengumpulan Data Skripsi
- 2.** Lampiran 2. Data Mahasiswa/i Aktif Kelas Karyawan
Universitas Mercu Buana
- 3.** Lampiran 3. Data Quesioner Penelitian
- 4.** Lampiran 4. Coding Sheet

