



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Imanuel Dwiananto Saputro  
44312120016

Pengaruh Celebrity Endorser Dari Iklan LINE Versi “Ada Apa dengan Cinta” Terhadap Sikap Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Tahun 2014)

Jumlah halaman : 5 bab + 112 halaman

Bibliografi : 46 acuan

### ABSTRAK

Para celebrity dapat menjadi kekuatan yang berpengaruh dalam menimbulkan sikap konsumen yang berhubungan dengan pembelian atau penggunaan barang dan jasa yang nantinya dipilih. Iklan LINE menggunakan *celebrity endorser* sebagai daya tarik utama dalam iklannya maka peneliti ingin melihat pengaruh iklan yang menggunakan *celebrity endorser* dengan mengukur *attractiveness, familiarity, likeability, credibility* dan *trustworthiness* dengan sikap konsumen pada iklan LINE.

Tujuan diadakan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pengaruh *celebrity endorser* dalam iklan LINE versi “Ada Apa dengan Cinta?” dengan sikap konsumen. Teori yang digunakan mengacu pada model teori *hierarchy of Effect* dari Robert J. Lavidge dan Gary A. Steiner yang menyatakan bahwa efek pesan media massa terbagi atas *efek kognitif, afektif* dan *konatif (behavioral)*; model *hierarchy of effect* ini membagi efek menjadi *Awareness & Knowledge, Liking & preference* dan *Conviction & Purchase (behavior)*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dan berusaha menjelaskan korelasi dan hubungan dari variabel *celebrity endorser* dimedia televisi dengan sikap konsumen dengan menggunakan metode *cross-sectional survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta tahun 2014 sebagai populasi dengan jumlah total mahasiswa sebanyak 830 orang. 90 sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan peringkat skala interval yang terdiri dari lima rentang skala. Data korelasi diuji dengan *pearson product moment, reliabilitas Chronbach Alpha*, Uji korelasi Regresi sederhana.