



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercubuana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

Intan Devi Arsanti

44311110051

Pengaruh Endorser Mirip Jokowi dalam Iklan Televisi Bintang Toedjoe Masuk Angin

terhadap Persepsi Khalayak

Jumlah halaman : viii + 82 halaman + 4 lampiran

Bibliografi : 17 acuan, 1997-2014; 1 Artikel Internet; 5 Jurnal



ABSTRAK

Endorser adalah pendukung iklan atau yang dikenal sebagai bintang iklan yang dipakai dalam kegiatan promosi. Perusahaan pengiklan bisa memilih dengan berbagai pertimbangan, salah satunya dengan menggunakan *endorser* non selebritis yang memiliki kemiripan dari segi fisik dengan selebriti atau tokoh yang dimaksud. Seperti halnya yang dilakukan PT Bintang Toedjoe dalam mengiklankan produk Bintang Toedjoe Masuk Angin yang menggunakan *endorser* mirip dengan tokoh Joko Widodo atau yang kerap disapa Jokowi. Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui pengaruh *endorser* mirip Jokowi dalam iklan televisi Bintang Toedjoe Masuk Angin terhadap persepsi khalayak.

Penelitian ini berlandaskan teori dalam buku Shimp (2003), mengenai atribut endorser TEARS (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect dan Similarity).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei yang dilakukan pada 100 responden. Hasil data diolah menggunakan SPSS 22 dengan teknik analisa distribusi frekuensi dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini membahas mengenai adegan dan narasi dalam iklan serta berbagai atribut *endorser* yang digunakan dalam iklan dan bagaimana masing-masing pengaruhnya terhadap persepsi khalayak.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa endorser mirip Jokowi dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi khalayak sehingga persepsi yang dihasilkan setelah melihat iklan adalah positif.

Kata Kunci : *Endorser*, Persepsi



Communication Faculty
Mercu Buana University

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : *Intan Devi Arsanti*
Student ID : *44311110051*
Faculty : *Ilmu Komunikasi*
Study Program : *Marketing Communication and Advertising*
Title : *The Influence of Jokowi Looked Like Endorser on Bintang Toedjoe Masuk Angin Television Ad to Public Perception*
Biography : *82 Pages, 17 Books (1997-2014); 1 Internet Article; 5 Journals*

ABSTRACT

Endorser is someone who support promotion activity by playing a role on a commercial ad to represent a product or a company. A company usually choose an with many consideration such as using a non-celebrity endorser that has similarities such as physical appereance with the actual figure. Just as PT Bintang Toedjoe do on their Bintang Toedjoe Masuk Angin television ad that uses a non-celebrity endorser that look like Joko Widodo or well-known as Jokowi. This study is intended to describe the influence of Jokowi looked like endorser on Bintang Toedjoe Masuk Angin television ad to public perception.

This study was based on the theory on Shimp's book (2013) about endorser's attribute TEARS (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect dan Similarity).

This study used the quantitative approach with descriptive observation type. The method that being used was survey method for 100 respondents. The data was processed by using SPSS 22 program with frequency distribution analyze technic and simple linear regression technic.

This observation examined the scenes and naration on the commercial ad and many endorser's attribute that being used on the ad then how for they can influence the public perception.

From the observation result, we can conclude that Jokowi looked like endorser can influence significantly to public perception so that the perception that that being generated after seeing the television ad are positive perceptions.

Keyword : Endorser, Perception