



**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY*
ENDORSER DAN *JINGLE* PADA IKLAN TV MIE SEDAAP
WHITE CURRY TERHADAP *BRAND AWARENESS***

(Survey terhadap Mahasiswa/i Aktif Universitas Mercu Buana Fakultas
Komunikasi angkatan tahun 2016/2017)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

CHRISTINA DEWI SILALAH

44312120014

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DAN
JINGLE PADA IKLAN TV MIE SEDAAP *WHITE CURRY* TERHADAP
BRAND AWARENESS

Nama : Christina Dewi Silalahi

Nim : 44312120014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Agustus 2017

Mengetahui,
Pembimbing



(Dadan Iskandar .,M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DAN
JINGLE PADA IKLAN TV MIE SEDAAP *WHITE CURRY* TERHADAP
BRAND AWARENESS

Nama : Christina Dewi Silalahi

Nim : 44312120014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

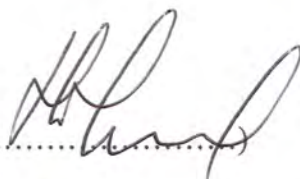
Jakarta, 5 Agustus 2017

Ketua Sidang,
Ponco Budi S.,M.Comm.,Ph.D




(.....)

Penguji Ahli,
Morissan., MA



(.....)

Pembimbing I
Dadan Iskandar .,M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DAN
JINGLE PADA IKLAN TV MIE SEDAAP *WHITE CURRY* TERHADAP
BRAND AWARENESS

Nama : Christina Dewi Silalahi

Nim : 44312120014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

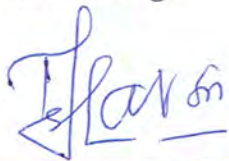
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising



Jakarta, 5 Agustus 2017

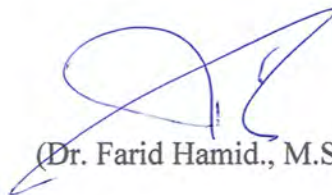
Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



(Dadan Iskandar .,M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



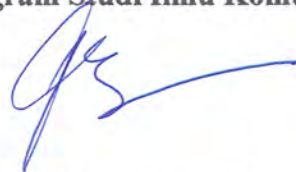
(Dr. Farid Hamid., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair,M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi S.,M.Comm.,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Daya Tarik Celebrity Endorser dan Jingle Pada Iklan Tv Mie Sedaap White Curry Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa/I Aktif Universitas Mercu Buana Kampus Meruya Fakultas Komunikasi Tahun 2016/2017**”

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan tugas akhir bagi Mahasiswa/I fakultas ilmu komunikasi jurusan *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana Jakarta untuk mencapai gelar sarjana (S1).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dadan Iskandar., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak sekali membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid., M.Si. Selaku Ketua Program Studi *Marketing Communications and advertising* Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Suami terkasih, terima kasih banyak atas dukungan, doa, nasehat dan semangat yang selalu diberikan untuk penulis.
4. Orangtua, dan seluruh keluarga terima kasih banyak atas doa-doa dan semangat yang selalu dicurahkan untuk penulis.
5. Sahabat-sahabatku (Nova, Zaihan, Sarach, dan Vivi) yang telah memberikan motivasi dan nasehat.
6. Kepada semua pihak yang tak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan dari semua pihak.

Jakarta, 5 Agustus 2017

Christina Dewi Silalahi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1 Bentuk – Bentuk Komunikasi Pemasaran	18
2.3 Periklanan	20
2.3.1 Fungsi Periklanan.....	21
2.3.2 Manfaat Iklan	22
2.3.3 Tujuan Periklanan.....	22
2.3.4 Iklan Televisi.....	23
2.3.5 Kreatifitas Iklan	24
2.4 Endorser	31
2.4.1 Definisi Endorser	31
2.4.2 Komponen Celebrity Endorser	32

2.4.3	Penggunaan Celebrity Sebagai Endorser	33
2.5	Jingle.....	35
2.5.1	Definisi Jingle.....	35
2.5.2	Alasan Penggunaan Jingle	36
2.5.3	Syarat – Syarat Jingle	37
2.5.4	Komponen Jingle	38
2.6	Efek Periklanan	41
2.7	Brand Awareness	44
2.7.1	Definisi Brand Awareness	44
2.7.2	Komponen Brand Awareness	44
2.8	Kerangka Berpikir.....	47
2.9	Hipotesis Penelitian	47
BAB III.....		49
METODE PENELITIAN		49
3.1	Tipe Penelitian	49
3.2	Metode Penelitian	49
3.3	Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1	Populasi	50
3.3.2	Sampel	51
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	53
3.4.1	Definisi Konsep	53
3.4.2	Operasional Konsep.....	54
3.5	Validitas dan Reabilitas	60
3.5.1	Validitas (Keabsahan)	60
3.5.2	Reliabilitas.....	61
3.6	Teknik Pengumpulan Data	63
3.6.1	Data Primer.....	63
3.5.2	Data Sekunder	64

3.7 Teknik Analisis Data	65
3.7.1 Editing (pengeditan)	65
3.7.2 Coding (proses pengkodean data)	65
3.8 Data Processing.....	66
3.8.1 Uji Distribusi Frekuensi.....	66
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
3.9 Hipotesis Statistik.....	72
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	74
4.1 Profil Perusahaan	74
4.1.1 Identitas Perusahaan.....	74
4.1.2 Sejarah Mie Sedap.....	74
4.1.3 Gambaran tentang iklan Mie Sedap White Curry versi Syahrini	76
4.2 Deskripsi Data.....	77
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	80
4.4 Koefisien Korelasi.....	83
4.5 Uji Koefisien Determinasi	84
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	85
4.7 Uji F (Simultan)	86
4.8 Uji t (Parsial).....	87
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	
CV	