

Instagram

Search



titantyra

Follow



2,028 posts

660k followers

1,233 following

Titan Tyra

Personal Blog

Co-founder @secondatebeauty @toriyo.id

Honest Content Creator #EditanTitan

titantyrainc@gmail.com/LINE @titantyrainc

msha.ke/titantyra

Followed by pullmanciwivimalahills, Iveight, aeonmallbsdcity +11 more

Sumber: Instagram.com/titantyra

Judul Skripsi:

EFEKTIVITAS *CELEBRITY ENDORSER* TITAN TYRA TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @TITANTYRA

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dimas Andriyanto

NIM : 1710411156



FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan nama semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Dimas Andriyanto
NIM : 1710411156
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Juli 2021



Dimas Andriyanto

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Dimas Andriyanto
NIM : 1710411156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS *CELEBRITY ENDORSER*
TITAN TYRA TERHADAP SIKAP
FOLLOWERS INSTAGRAM @TITANTYRA**

Bahwa penelitian skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing utama maupun Pembimbing pendamping skripsi dan Ketua Program Studi. Sebagai bagian persyarakat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Menyetujui dan Mengetahui,

Jakarta, Juli 2021

Pembimbing Utama



Windhiadi Yoga Sembada, M.Si.

Pembimbing Pendamping



Dian Tri Hapsari, M.Si.

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan “Nasional” veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dimas Andriyanto
NIM : 1710411156
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, meyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hak bebas royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

EFEKTIVITAS *CELEBRITY ENDORSER* TITAN TYRA TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @TITANTYRA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap memantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 27 Juli 2021

Yang menyatakan,



Dimas Andriyanto

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian yang berjudul “EFEKTIVITAS CELEBRITY ENDORSER TITAN TYRA TERHADAP SIKAP FOLLOWERS INSTAGRAM @TITANTYRA” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Orang tua, kakak, dan adik yang telah memberi dukungan dan semangat serta kasih sayang dan doa kepada penulis agar mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping, Windhiadi Yoga Sembada, M.Si. dan Dian Tri Hapsari, M.Si. yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
Terima kasih atas bimbingan, saran, masukan, dan waktu yang senantiasa diberikan kepada penulis sehingga proses penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan terarah.
3. Dr. R. Dudy Heryadi sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memfasilitasi dengan segala kebijakan-kebijakan yang telah dibuat mengenai sarana dan prasarana dengan baik.
4. Responden yang telah membantu penulis dalam melakukan riset
5. Alif Fauzan selaku teman baik yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Selly Ramadhanti selaku teman perkuliahan yang selalu membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Sahabat – sahabat penulis yaitu Ary, Putri, Marsha, Laily, Ramel, Femy, Enif, Ella, Marla, Aldi, Audrey, dan Ardelia yang selalu memberikan semangat serta menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penyelesaian Skripsi ini tidak luput dari berbagai kesalahan dan kekurangan. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya di kemudian hari.

Jakarta, 08 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left and a vertical stroke on the right that crosses the horizontal line of the signature.

Dimas Andriyanto

EFEKTIVITAS *CELEBRITY ENDORSER* TITAN TYRA TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @TITANTYRA

DIMAS ANDRIYANTO

Abstrak

Celebrity endorser menjadi salah satu strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan sekarang ini karena tingginya pengguna sosial media. Titan Tyra menjadi *celebrity endorser* dengan fokus konten kecantikan, gaya berpakaian, dan gaya hidup dengan berbagai produk yang dipromosikan hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk yang sesuai maupun tidak dengan fokus kontennya melalui akun Instagram @titantyra. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif survei yang menguji Teori TEARS yang merupakan singkatan dari *trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, dan similarity* pada *followers* Instagram @titantyra sebanyak 100 orang. Teknik sampel yang digunakan *Nonprobability Sampling* sedangkan pengolahan data menggunakan kuesioner. Efektivitas *celebrity endorser* dalam proses komunikasi pemasaran digital adalah sebagai pesan melalui media Instagram dan diukur berdasarkan dimensi TEARS menurut Shimp sedangkan sikap yang merupakan efek dan umpan balik dari proses komunikasi pemasaran digital diukur berdasarkan tiga (3) dimensi yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian dari Uji Korelasi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan adanya korelasi karena terletak pada angka $<0,05$. Koefisien r hitung sebesar 0,618 yang menunjukkan adanya korelasi kuat. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa arah efektivitas *celebrity endorser* Titan Tyra terhadap sikap *followers* Instagram @titantyra positif. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 37,8% antara efektivitas *celebrity endorser* Titan Tyra terhadap sikap *followers* Instagram @titantyra. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara efektivitas *celebrity endorser* terhadap sikap *followers*. Kesimpulan dari penelitian adalah efektivitas *celebrity endorser* Titan Tyra mempengaruhi sikap *followers* Instagram @titantyra.

Kata Kunci: Efektivitas, *Celebrity Endorser*, Sikap, Teori TEARS

**THE EFFECTIVENESS OF TITAN TYRA'S CELEBRITY ENDORSER ON THE
ATTITUDE OF INSTAGRAM FOLLOWERS @TITANTYRA**

DIMAS ANDRIYANTO

Abstract

Celebrity endorsers are one of the digital marketing communication strategies that are currently being carried out due to the high number of social media users. Titan Tyra has become a celebrity endorser with a focus on beauty content, style of dress, and lifestyle with various products being promoted, this is evidenced by the number of products that are suitable or not with a focus on content through the @titantyra Instagram account. The approach used in the research is a quantitative survey that tests the TEARS Theory which stands for trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity to 100 Instagram followers @titantyra. The sampling technique used was Nonprobability Sampling, while the data processing used a questionnaire. The effectiveness of celebrity endorsers in the digital marketing communication process is as a message through Instagram media and is measured based on the TEARS dimension according to Shimp while the attitude which is the effect and feedback of the digital marketing communication process is measured based on three (3) dimensions, namely cognitive, affective, and conative. The results of the Correlation Test show a significance value of 0.000 which indicates a correlation because it is located at <0.05 . The calculated r coefficient is 0.618 which indicates a strong correlation. The results of a simple linear regression test show that the direction of the effectiveness of the celebrity endorser Titan Tyra on the attitude of Instagram followers @titantyra is positive. The results of the coefficient of determination show that there is an influence of 37.8% between the effectiveness of the celebrity endorser Titan Tyra on the attitude of Instagram followers @titantyra. These results are reinforced by the results of hypothesis testing which states that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that there is an influence between the effectiveness of celebrity endorsers on followers' attitudes. The conclusion of the study is that the effectiveness of celebrity endorser Titan Tyra affects the attitude of Instagram followers @titantyra.

Keywords: Effectivity, Celebrity Endorser, Attitude, TEARS Theory

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1 Konsep Penelitian	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	20
2.2.2 Iklan.....	24
2.2.3 <i>New Media</i> (Media Baru) dan <i>Social Media</i>	25
2.2.3.1 Instagram.....	26
2.2.4 <i>Endorser</i>	27
2.2.2.1 <i>Celebrity Endorser</i>	28
2.2.2.1.1 Efektivitas <i>Celebrity Endorser</i> Menggunakan Model TEARS	30

2.2.5	Sikap	32
2.3	Teori Penelitian	33
2.3.1	Model TEARS	33
2.4	Kerangka Pikir	35
2.5	Hipotesis	35
BAB III		36
METODE PENELITIAN		36
3.1	Metode Penelitian	36
3.1.1	Pendekatan Penelitian	36
3.1.2	Jenis Penelitian	36
3.1.3	Metode Penelitian	37
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel	37
3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	39
3.4	Operasional Variabel	40
3.5	Metode Analisis Data	42
3.5.1	Uji Validitas	42
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.5.3	Uji Korelasi	46
3.5.4	Uji Regresi	47
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi	47
3.5.6	Uji Hipotesis	48
3.6	Tahapan Kegiatan dan Waktu Penelitian	48
BAB IV		50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian (Profil Instagram Titan Tyra)	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Karakteristik Responden	51
4.2.2	Data Variabel X (Efektivitas <i>Celebrity Endorser</i>)	52

4.2.3	Data Variabel Y (Sikap <i>Followers</i>).....	62
4.2.4	Uji Korelasi	68
4.2.5	Uji Regresi Linier Sederhana	69
4.2.6	Koefisien Determinasi	70
4.2.7	Uji Hipotesis	71
4.3	Pembahasan	72
BAB V		81
KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Merek yang dipasarkan di Media Sosial Instagram (Periode Desember 2020 – Februari 2021).....	4
Tabel 2. Daftar Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4. Operasional Variabel X.....	40
Tabel 5. Operasional Variabel Y.....	41
Tabel 6. Uji Validitas Variabel X.....	43
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y.....	44
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	45
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	46
Tabel 11. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 12. Tahapan Kegiatan dan Waktu Penelitian.....	48
Tabel 13. Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 14. Usia Responden.....	52
Tabel 15. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (1).....	53
Tabel 16. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (2).....	54
Tabel 17. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (3).....	54
Tabel 18. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (4).....	55
Tabel 19. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (5).....	56
Tabel 20. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (6).....	56
Tabel 21. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (7).....	57
Tabel 22. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (8).....	58
Tabel 23. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (9).....	58
Tabel 24. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (10).....	59
Tabel 25. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (11).....	60
Tabel 26. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (12).....	60
Tabel 27. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (13).....	61
Tabel 28. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (14).....	62
Tabel 29. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (1).....	63
Tabel 30. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (2).....	63

Tabel 31. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (3).....	64
Tabel 32. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (4).....	65
Tabel 33. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (5).....	65
Tabel 34. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (6).....	66
Tabel 35. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (7)	67
Tabel 36. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (8).....	67
Tabel 37. Uji Korelasi.....	68
Tabel 38. Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana.....	69
Tabel 39. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 40. Hasil <i>Mean</i> Variabel X.....	74
Tabel 41. Hasil <i>Mean</i> Variabel Y.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik <i>Subscribers & Viewers</i> Kanal Youtube Titan Tyra.....	2
Gambar 2. Analitik Akun Instagram Titan Tyra.....	3
Gambar 3. Proses Komunikasi.....	21
Gambar 4. Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 5. Profil Instagram @titantyra.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A** Lembar Kuisisioner Penelitian
Kuisisioner *Google Form*
- Lampiran B** Tabel Data Hasil Kuisisioner
- Lampiran C** Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran D** Riwayat Hidup
- Lampiran E** Cek Turnitin