

ABSTRAK

Gabrielle Illene

Skripsi

Efektivitas Penggunaan Tasya Farasya Sebagai *Celebrity Endorser Mother of Pearl* Terhadap Masyarakat Surabaya di Instagram

Seorang *celebrity endorser* merupakan figur publik yang mewakili sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk mereka kepada publik. Dengan maraknya penggunaan media sosial terutama Instagram sebagai saluran untuk menyebarkan informasi produk kepada audiens, komunikasi pemasaran menjadi semakin aktif. Tasya Farasya yang dikenal sebagai *beauty influencer*, dipilih oleh Mother of Pearl sebagai *celebrity endorser* untuk produk mereka. Penelitian ini bertujuan mengetahui dan mengukur efektivitas penggunaan Tasya Farasya sebagai *celebrity endorser* Mother of Pearl terhadap masyarakat Surabaya di Instagram dengan menggunakan model TEARS, yang terdiri dari lima indikator yaitu *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity*. Metode survei digunakan dalam penelitian ini, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, di mana responden yang dipilih memiliki kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tasya Farasya sebagai *celebrity endorser* Mother of Pearl di Instagram terbukti efektif. Faktor yang paling menonjol dalam menarik perhatian responden adalah indikator *trustworthiness* atau kepercayaan.

kata kunci i: *celebrity endorser*, model tears, *trustworthiness*, instagram.

ABSTRACT

Gabrielle Illene

Undergraduate Thesis

The Effectiveness of Using Tasya Farasya as a Celebrity Endorser for Mother of Pearl on the Surabaya Community on Instagram

A celebrity endorser is a public figure who represents a company to promote their products to the public. With the widespread use of social media, especially Instagram, as a channel to disseminate product information to audiences, marketing communication has become increasingly active. Tasya Farasya, known as a beauty influencer, was chosen by Mother of Pearl as their celebrity endorser for their products. This study aims to determine and measure the effectiveness of using Tasya Farasya as a celebrity endorser for Mother of Pearl among the Surabaya community on Instagram using the TEARS model, consisting of five indicators: trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity. A survey method was used in this research, with sampling conducted using purposive sampling method, where respondents selected met certain criteria relevant to this study. The results of the study show that Tasya Farasya as a celebrity endorser for Mother of Pearl on Instagram is proven to be effective. The most prominent factor in attracting respondents' attention is the indicator of trustworthiness.

keywords : celebrity endorser, tears model, trustworthiness, instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERESTUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	18
1.5 Batasan Penelitian	18
1.6 Sistematika Penelitian	18
2. TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 <i>Marketing Public Relations</i>	20
2.2 Komunikasi Pemasaran	21
2.3 Efektivitas	24
2.4 Teori S-O-R.....	25
2.5 Model TEARS	27
2.6 <i>Celebrity Endorser</i>	28
2.7 Instagram.....	31
2.8 Nisbah Antar Konsep.....	34
2.9 Kerangka Antar Konsep	36
3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Definisi Konseptual.....	37
3.1.1 Efektivitas.....	37
3.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	37

3.1.3	Efektivitas Celebrity Endorser menggunakan Model TEARS	37
3.2	Definisi Operasional	37
3.3	Jenis Penelitian	39
3.4	Metode Penelitian	39
3.5	Subjek dan Objek Penelitian.....	40
3.5.1	Subjek Penelitian.....	40
3.5.2	Objek Penelitian.....	40
3.6	Populasi dan Sampel	40
3.6.1	Populasi.....	40
3.6.2	Sampel	40
3.7	Jenis Data	41
3.8	Teknik Pengumpulan Data	42
3.9	Teknik Analisis Data	42
3.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.8.1	Uji Validitas	44
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.	ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	46
4.1.1	Mother of Pearl.....	46
4.1.2	Tasya Farasya.....	48
4.1.3	Tasya Farasya Sebagai <i>Celebrity Endorser</i> Mother of Pearl.....	51
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.2.1	Uji Validitas	53
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	54
4.3	Deskripsi Data Identitas Responden.....	54
4.3.1	Identitas Responden Berdasarkan Usia	55
4.3.2	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	56
4.4	Analisis Hasil Jawaban Responden	56
4.4.1	<i>Trustworthiness</i>	57
4.4.2	<i>Expertise</i>	62
4.4.3	<i>Attractiveness</i>	65
4.4.4	<i>Respect</i>	69
4.4.5	<i>Similiarity</i>	73
4.5	Hasil Crosstab Dengan Identitas Responden	76

4.5.1	Hasil Crosstab Usia Dengan Indikator TEARS	76
4.5.2	Hasil Crosstab Pendapatan Dengan Indikator TEARS.....	78
4.6	Efektivitas Penggunaan Tasya Farasya Sebagai <i>Celebrity Endorser Mother of Pearl</i> Terhadap Masyarakat Surabaya di Instagram.....	81
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87
5.2.1	Saran Akademis.....	87
5.2.2	Saran Praktis.....	87
	DAFTAR REFERENSI.....	88
	LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Celebrity Endorser</i> Dari <i>Brand</i> Pembanding.....	8
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3 Usia Responden	52
Tabel 4.4 Penghasilan Responden	53
Tabel 4.5 Kelas Interval.....	54
Tabel 4.6 <i>Trustworthiness</i>	54
Tabel 4.7 <i>Expertise</i>	58
Tabel 4.8 <i>Attractiveness</i>	60
Tabel 4.9 <i>Respect</i>	64
Tabel 4.10 <i>Similarity</i>	67
Tabel 4.11 Hasil Crosstab Usia Dengan Indikator TEARS	70
Tabel 4.12 Hasil Crosstab Pendapatan Dengan Indikator TEARS.....	73
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Mean Seluruh Indikator	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2023.....	5
Gambar 1.3 Akun Media Sosial Instagram MOP Beauty	7
Gambar 1.4 Akun Media Sosial Instagram Tasya Farasya	9
Gambar 1.4 Akun Media Sosial Instagram Tasya Farasya.....	9
Gambar 1.5 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Tasya Farasya Dalam Mempromosikan Produk MOP	11
Gambar 1.6 Komentar positif dari pengguna Instagram terkait konten promosi produk MOP yang dilakukan oleh Tasya Farasya	12
Gambar 1.4 Akun Media Sosial Instagram Tasya Farasya	9
Gambar 1.4 Akun Media Sosial Instagram Tasya Farasya.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Logo Mother of Pearl.....	44
Gambar 4.2 Produk Mother of Pearl.....	44
Gambar 4.3 Tasya Farasya	45
Gambar 4.4 Instagram Tasya Farasya	46
Gambar 4.5 Label <i>Tasya Farasya Approved</i>	47
Gambar 4.6 Produk Kolaborasi Tasya Farasya	48
Gambar 4.7 <i>Photoshoot</i> Mother of Pearl dengan Tasya Farasya.....	49
Gambar 4.8 Promosi Produk Mother of Pearl Oleh Tasya Farasya.....	49
Gambar 4.9 Konten Produk Mother of Pearl Oleh Tasya Farasya	56
Gambar 4.10 Kepercayaan <i>Audience</i> Akan <i>Review</i> Produk Mother of Pearl Oleh Tasya Farasya	57
Gambar 4.11 Keahlian Akan <i>Review</i> Produk Mother of Pearl Oleh Tasya Farasya	59
Gambar 4.12 Konten Produk Mother of Pearl Oleh Tasya Farasya	62
Gambar 4.13 Ketertarikan <i>Audience</i> Terhadap Produk Mother of Pearl	63
Gambar 4.14 Minat <i>Audience</i> Terhadap Produk Mother of Pearl.....	67
Gambar 4.15 Ketertarikan <i>Audience</i> Terhadap Produk Mother of Pearl	70