

Peran Kredibilitas Endorser

Terhadap Citra Brand Online Shop

(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser Reds Warung
Merchandise dengan Pemain Persiba Bantul pada Seri Print Ad
Facebook “Mereka Juga Kita” terhadap Citra Online Shop Reds
Warung Merchandise)



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Dwi Mei Sulistya

08 09 03635

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIAKSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Peran Kredibilitas Endorser

Terhadap Citra Brand Online Shop

**(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser Reds Warung
Merchandise dengan Pemain Persiba Bantul pada Seri Print Ad Facebook
“Mereka Juga Kita” terhadap Citra Online Shop Reds Warung
Merchandise)**

SKRIPSI

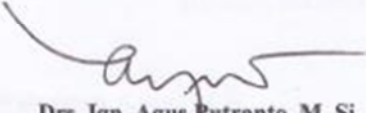
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

DWI MEI SULISTYA

08 09 03635 / KOM

Disetujui oleh :


Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran Kredibilitas Endorser Terhadap Citra Brand Online Shop
(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser Reds Warung Merchandise dengan Pemain Persiba Bantul pada Seri Print Ad Facebook "Mereka Juga Kita" terhadap Citra Online Shop Reds Warung Merchandise)

Penyusun : Dwi Mei Sulistyia

NIM : 08 09 03635

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 18 Oktober 2012

Pukul : 14.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widvastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji II



Handwritten signatures of the examiners: F. Anita Herawati, Agus Putranto, and Dhyah Ayu Retno Widvastuti.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dwi Mei Sulistya
No. Mahasiswa : 08 09 03635 / KOM
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Peran Kredibilitas Endorser Terhadap Citra Brand Online

Shop

(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser
Reds Warung Merchandise dengan Pemain Persiba
Bantul pada Seri Print Ad Facebook "Mereka Juga Kita"
terhadap Citra Online Shop Reds Warung Merchandise)

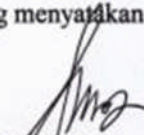
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran diri sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 1 Oktober 2012

Saya yang menyatakan


Dwi Mei Sulistya
Penulis



ABSTRAK

Selain menggunakan media periklanan, produsen atau *brand* juga menggunakan *endorser* dalam mempromosikan atau mengenalkan produknya kepada khalayak. Para pengiklan dan biro iklan bersedia membayar mahal untuk selebriti yang disukai khalayak karena secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku dari konsumen terhadap produk yang diiklankan. Apa yang ada di dalam *celebrity endorser* bukan hanya pemanis tetapi juga menjadi faktor pemicu yang dapat menambah *value* pada konsumen. Seorang *celebrity endorser* harus memiliki kredibilitas (*credibility*), daya tarik (*attractiveness*) dan kekuatan (*power*) untuk mencapai komunikasi yang mengena.

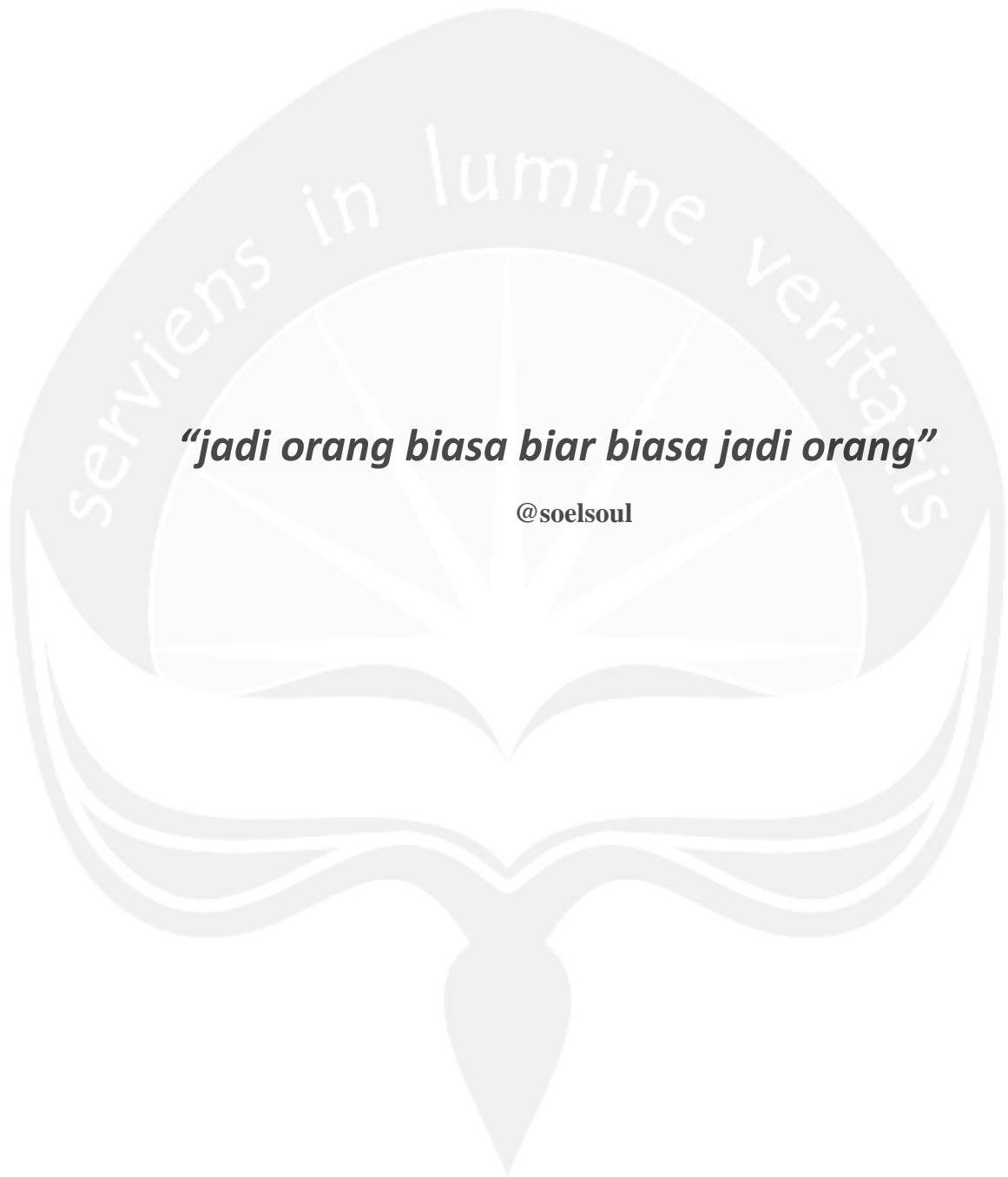
Penggunaan endorser seorang pemain sepakbola profesional dari klub Persiba Bantul pada seri iklan *print ad* Reds warung Merchandise (RWM), menjadi faktor yang mampu membangun citra *brand online shop* tersebut. Tidak adanya *official merchandise* resmi dari manajemen membuat RWM selalu berusaha meningkatkan citra sebagai *support merchandise* terdepan untuk Persiba Bantul melalui sosial media.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan lima responden yakni pelanggan RWM yang mempunyai karakter dan kelebihan masing-masing. Wawancara dilakukan secara *online* melalui fasilitas *facebook chat* yang bertujuan menyelaraskan dengan tema *online shop* yang diangkat. Menggunakan metode tersebut diharapkan mampu mengetahui peran kredibilitas *endorser* RWM dengan menggunakan pemain Persiba Bantul terhadap citra sebagai *support online shop* Persiba Bantul.

Pada akhirnya, RWM dengan kualitas barang dan kepercayaan pelanggan yang telah dimiliki mampu menjadi *brand* terdepan sebagai *support merchandise* Persiba Bantul. Keberadaan iklan Seri yang dibintangai pemain Persiba Bantul melalui kredibilitasnya berfungsi menguatkan citra *support merchandise* yang melekat tersebut.

Kata kunci : kredibilitas *endorser*, *online shop*, *brand image*

MOTO DAN PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk Alm. Bapak

this is long journey..

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi yang berjudul Peran Kredibilitas Endorser Terhadap Citra Brand Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser Reds Warung Merchandise dengan Pemain Persiba Bantul pada Seri Iklan Print Ad “Mereka Juga Kita” terhadap Citra Online Shop Reds Warung Merchandise) ini dengan baik.

Perasaan bangga yang menyelimuti penulis atas terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari peran dan dukungan banyak pihak dalam membantu penulis selama menjalani kuliah hingga selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada setiap pihak yang telah membantu, yaitu:

1. **Allah SWT.** Maha Segalanya.
2. Kedua orang tua, **Alm.Bapak** yang selalu menginspirasi plus darah iklan yang mengalir ini, **Ibuk &** keluarga kecil **mbak Yenia** yang tidak lelah berdoa dan bertanya “kapan lulus Sul?”
3. **Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si.,** dosen pembimbing dan motivator pemantik semangat yang telah dengan baik, teliti dan sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga skripsi serta perjalanan akademis ini selesai.
4. **Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si.** dan **Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.** yang memberi kesempatan kepada penulis untuk mempresentasikan skripsi ini.

5. **Mela Vitriana**, tahun kelima dan jenjang berikutnya.
 6. Teman melantai dan merumput, **Rios, Hapi, Bayu Kurus, Bejo**, monggo konversikan otak, hati dan kaki.
 7. **Isna Azizah Ulfah**. “terlalu singkat” & (Re)move on!
 8. **Dea Nandini, Fradika Eko & Bu Parjinah**, menjadi bagian kesederhanaan kalian.
 9. **Nugroho, Pak Sur**, kawan Mess Persiba , **Ezequiel** dan **Arwin**. Nuwun!
 10. Teman sejawat di Kampus: **Indra Setiaksa** (piala dan kelulusan kita ndru!), **Novan Ipenk** (done! 😊) **Andre, Brito, Gambliz, Yoga, Nanda, Danti, Bohlam Adeve, Futsal PS I LU** dan **Sasore**. Tidak lupa Muja-Muju **Mbanggulo Jurkom : Hanggana Keke** (everlasting ke!), **Kidjing** (ayo lek gek lulus!), dan **Pradiptya**. Terimakasih all semangat serta motivasinya!
 11. **Aresta Creative Outdoor Advertising** dan **RWM**. Masih *ngemong* brand dan tunggu adik kalian!
 12. Semua pihak. *Maturnuwun . Pangestunipun*
- Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang.

Yogyakarta, 21 Oktober 2012
Hormat saya,

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstrak	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Bagan	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
C. Kerangka Teori	10
1. Komunikasi	11
2. Periklanan	14
3. Online Shop	16

4. Endorser	18
5. Kredibilitas Endorser	21
6. Brand Image	23
F. KERANGKA KONSEP	30
G. METODOLOGI PENELITIAN	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Sifat Penelitian.....	37
3. Metode Penelitian	38
4. Metode Analisis Data	40
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. Reds Warung Merchandise (RWM)	42
B. Seri <i>Print ad</i> “mereka juga kita”	48
C. Pemain Persiba Bantul	49
BAB III PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	64
B. Analisis Hasil Penelitian	77
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	90
Daftar Pustaka	92
Lampiran	94

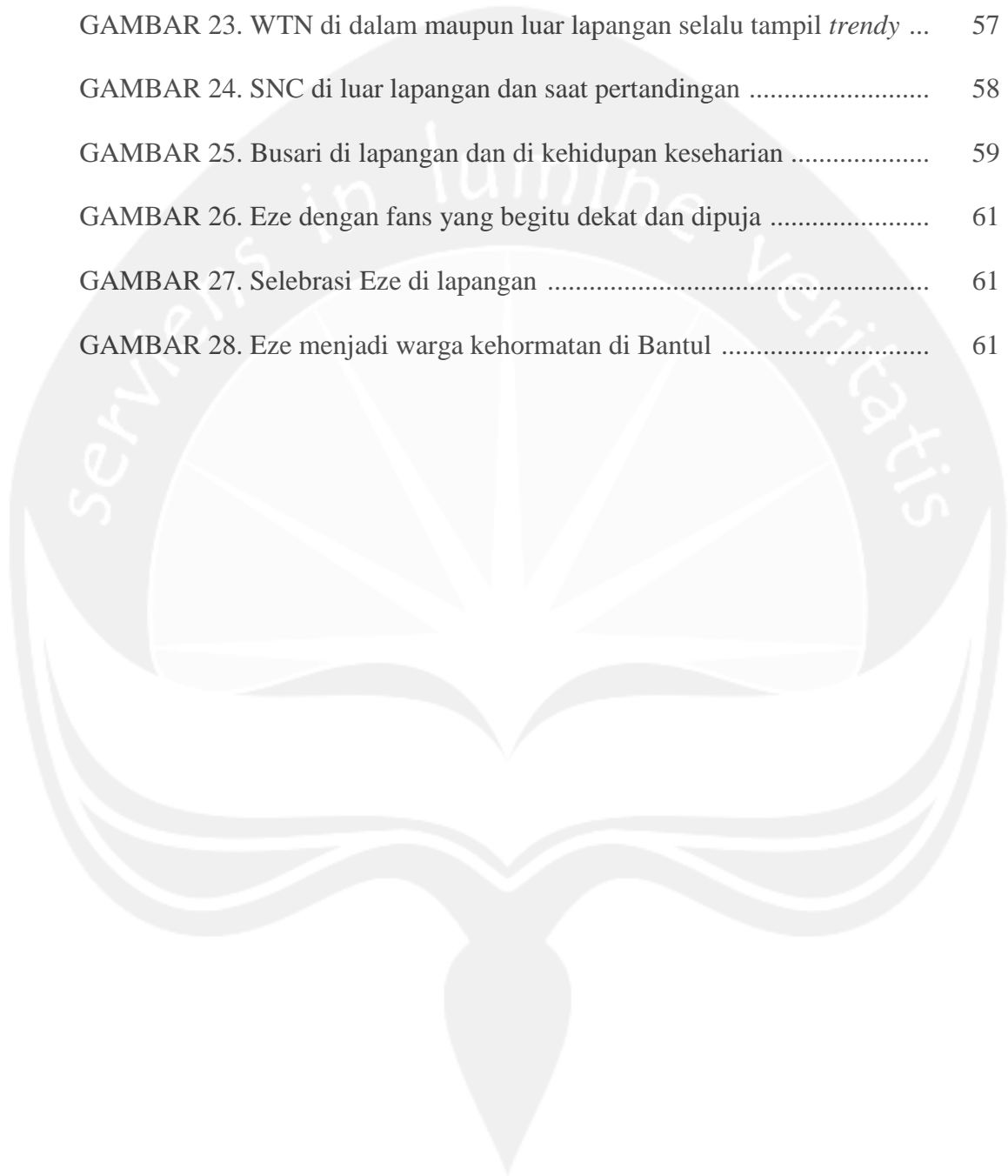
DAFTAR TABEL

TABEL 1. Data online shop Persiba Bantul di facebook	7
TABEL 2. Tabel Kerangka Konsep	35
TABEL 3. Jadwal Wawancara Informan	63
TABEL 4. Peran Iklan “Mereka Juga Kita” menurut informan.....	66
TABEL 5. Konsep <i>celebrity endorser</i> menurut informan	68
TABEL 6. Tipe Asosiasi merek RWM menurut Informan	76

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. Bambang Pamungkas dalam Iklan Kuku Bima Ener-G	3
GAMBAR 2. Irfan Bachdim dalam Iklan Suzuki Hayate	4
GAMBAR 3. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	6
GAMBAR 4. Rating Pengguna Internet Kota Besar di Indonesia	6
GAMBAR 5. Majalah Digital Wed onginade	9
GAMBAR 6. Elemen-Elemen Komunikasi	11
GAMBAR 7. Summary Of Brand Image	24
GAMBAR 8. Facebook dan fanpage RWM	43
GAMBAR 9. Beberapa produk <i>Best Seller</i>	44
GAMBAR 10. Buklet Hope yang telah tercetak.....	45
GAMBAR 11. Pemain dengan buklet Hope	46
GAMBAR 12. Program “ Kain Tjinta” dan Penyerahan hasil lelang amal	46
GAMBAR 13. Bantul Expo 2012 di Pasar Seni Gabusan	46
GAMBAR 14. Beberapa pemain yang datang ke RWM	47
GAMBAR 15. KTA Paserbumi	47
GAMBAR 16. Video ucapan ulang tahun pada Persiba Bantul	47
GAMBAR 17. Hasil Polling pemain terbaik Persiba bantul musim 2012/2012 versi kawan RWM	48
GAMBAR 18. Arwin di Lapangan maupun luar lapangan	51
GAMBAR 19. Xyz di lapangan dan luar lapangan	52
GAMBAR 20. Tanto menjadi andalan di Timnas dan Kapten Persiba	53

GAMBAR 21. Nopendi di Timnas, di luar lapangan dan Persiba	54
GAMBAR 22. Ugik penayang kelurga di luar maupun di lapangan	56
GAMBAR 23. WTN di dalam maupun luar lapangan selalu tampil <i>trendy</i> ...	57
GAMBAR 24. SNC di luar lapangan dan saat pertandingan	58
GAMBAR 25. Busari di lapangan dan di kehidupan keseharian	59
GAMBAR 26. Eze dengan fans yang begitu dekat dan dipuja	61
GAMBAR 27. Selebrasi Eze di lapangan	61
GAMBAR 28. Eze menjadi warga kehormatan di Bantul	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Interview Guide	94
LAMPIRAN 2. Transkrip Wawancara	99
LAMPIRAN 3. Print Screen Interview Chat	129
LAMPIRAN 4. Print Ad “Mereka juga kita”	131

