

**PENGARUH *ENDORSER* TERHADAP *BRAND*
AWARENESS BAKUCHIOL NIGHT OIL BHUMI
PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @SARITIW**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Nama : Latifah Firdausah

NIM : 1410619003

**Skripsi yang ditulis disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

ABSTRAK

Latifah Firdausah, 1410619003, 1-139, Pengaruh *Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Bakuchiol Night Oil Bhumi Pada *Followers* Instagram @Saritiw. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 22 Buku, 2006-2020 ; 42 Artikel, 2013-2022 ; dan 7 sumber lainnya; 122 Halaman; Skripsi. Mei 2023

Sari Endah Pratiwi merupakan *endorser* dengan 1.000.000 *followers* Instagram. Salah satu *endorsement* yang diunggah pada Instagram @saritiw adalah *endorsement* Bakuchiol Night Oil Bhumi, postingan tersebut memiliki jumlah *likes* paling banyak dibandingkan postingan produk serupa yang diunggah *endorser* lain. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih postingan *endorsement* Bakuchiol Night Oil Bhumi pada Instagram @saritiw sebagai objek dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini ialah guna mengetahui pengaruh *endorser* terhadap *brand awareness* Bakuchiol Night Oil Bhumi pada *followers* Instagram @saritiw.

Konsep dalam penelitian ini ialah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran ialah komunikasi yang berkontribusi pada keberadaan merek dengan menanamkan merek dalam ingatan. Variabel dalam penelitian ini ialah *endorser* (variabel X) dengan dimensi TEARS (*trustworthiness, expertise, attraction, respect, similarity*) dan *brand awareness* (variabel Y) dengan dimensi *unaware of brand, brand recognition, brand recall, top of mind*.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah *followers* Instagram @saritiw sebanyak 1.000.000 orang (per 30 November 2022). Setelah menggunakan rumus Slovin untuk menghitung sampel, didapatkan hasil bahwa sampel dalam penelitian ini yakni berjumlah 99,99 dan dibulatkan menjadi 100. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *endorser* Sari Endah Pratiwi berpengaruh terhadap *brand awareness* Bakuchiol Night Oil Bhumi. Hal ini terbukti berdasarkan penilaian *followers* Instagram @saritiw jika Sari Endah Pratiwi merupakan *endorser* yang memiliki daya tarik berupa paras yang cantik serta berpenampilan menarik dan elegan. *Brand awareness* Bakuchiol Night Oil Bhumi pada *followers* Instagram @saritiw berada pada tingkat *brand recognition* (pengenalan merek) dimana *followers* Instagram @saritiw baru mengenal Bakuchiol Night Oil Bhumi setelah melihat postingan *endorsement* Instagram @saritiw dan masih memerlukan alat bantu untuk dapat mengingat Bakuchiol Night Oil Bhumi.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu *attraction* (daya tarik) menjadi poin utama dalam variabel *endorser*, sedangkan *similarity* menjadi poin terendah dalam variabel *endorser*. Poin utama pada variabel *brand awareness* ialah *brand recognition* (pengenalan merek), sedangkan poin terendah dalam variabel *brand awareness* ialah *top of mind* (puncak pikiran). Saran yang peneliti berikan dalam penelitian ini ialah agar *similarity endorser* menjadi poin utama dalam membangun *brand awareness*, Bakuchiol Night Oil Bhumi dapat menggunakan

endorser yang memiliki kesamaan dengan audiensnya baik secara pengalaman dan juga karakteristik. Selain itu, postingan *endorsement* Bakuchiol Night Oil Bhumi pada Instagram @saritiw sebaiknya diunggah beberapa kali agar *followers* dapat mengingat *brand* Bhumi dan menjadi puncak pikiran dalam benak *followers* Instagram @saritiw.

Kata kunci : *Endorser, Brand Awareness, Instagram*



ABSTRACT

Latifah Firdausah, 1410619003, 1-139, The Influence of Endorsements on Bhumi's Bakuchiol Night Oil Brand Awareness on Instagram Followers @Saritiw. Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 22 Books, 2006-2020; 42 Articles, 2013-2022; and 7 other sources; 122 Pages; Thesis. May 2023

Sari Endah Pratiwi is an endorser with 1,000,000 Instagram followers. One of the endorsements uploaded on Instagram @saritiw is the Bakuchiol Night Oil Bhumi endorsement, this post has the most number of likes compared to similar product posts uploaded by other endorsers. Based on this, the researcher chose the Bakuchiol Night Oil Bhumi endorsement post on Instagram @saritiw as the object of this research. The purpose of this study was to determine the influence of endorsers on brand awareness of Bakuchiol Night Oil Bhumi on Instagram followers @saritiw.

The concept in this research is marketing communication. Marketing communications are communications that contribute to brand existence by imprinting the brand in memory. The variables in this study are endorsers (variable X) with the dimensions of TEARS (trustworthiness, expertise, attraction, respect, similarity) and brand awareness (variable Y) with the dimensions unaware of the brand, brand recognition, brand recall, and top of mind.

This research uses a quantitative approach. The population in this study is Instagram followers @saritiw of 1,000,000 people (as of 30 November 2022). After using the Slovin formula to calculate the sample, it was found that the sample in this study was 99.99 and rounded up to 100. The analytical technique used in this study was simple linear regression.

The results of this study indicate that the endorser of Sari Endah Pratiwi affects the brand awareness of Bhumi's Bakuchiol Night Oil. This is proven based on the assessment of Instagram followers @saritiw if Sari Endah Pratiwi is an endorser who has the charm of being beautiful and having an attractive and elegant appearance. Brand awareness of Bakuchiol Night Oil Bhumi on Instagram followers @saritiw is at the level of brand recognition where @saritiw Instagram followers are new to Bakuchiol Night Oil Bhumi after seeing Instagram endorsement posts @saritiw and still need tools to be able to remember Bakuchiol Night Oil Bhumi.

The conclusion at this study is that attraction is the main point in the endorser variable, while similarity is the lowest point in the endorser variable. The main point in the brand awareness variable is brand recognition, while the lowest point in the brand awareness variable is top of mind. The suggestion that the researchers give in this study is that endorser similarity is the main point in building brand awareness, Bakuchiol Night Oil Bhumi can use endorsers who have something in common with their audience both in experience and characteristics. In addition, the endorsement post of Bakuchiol Night Oil Bhumi on Instagram @saritiw should be uploaded several times so that followers can

remember the Bhumi brand and become the pinnacle of thoughts in the minds of @saritiw Instagram followers.

Keywords: Endorser, Brand Awareness, Instagram



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Latifah Firdausah

NIM : 1410619003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul KA : Pengaruh *Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Bakuchiol Night Oil Bumi Pada *Followers* Instagram @saritiw

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh *Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Bakuchiol Night Oil Bumi Pada *Followers* Instagram @saritiw" merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 13 April 2023



NIM. 1410619003

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi dengan judul : Pengaruh *Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Bakuchiol Night Oil Bhumi Pada *Followers* Instagram @saritiw
Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan


Tanggal

Maulina Larasati Putri, M.I.Kom
NIP. 1981.0114.2005.01.2.002

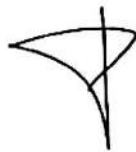

..... 31 Mei 2023

Dosen Pembimbing II

Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si
NIP. 1973.1115.2006.04.2.001


..... 5 Juni 2023

Mengetahui,
Koordinator Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Dini Safitri, M.Si
NIP.1984.0206.2010.12.2.002

LEMBAR PENGESAHAN






Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Sarkadi, M.Si

NIP. 19690704.199403.1.002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Dini Safitri, M.Si NIP. 198402062010122002 Koordinator/Sekretaris		29 Mei 2023
2.	Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si NIP. 197403092005012001 Ketua		25 Mei 2023
3.	Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP. 197803182008012010 Penguji Ahli		31 Mei 2023
4.	Maulina Larasati Putri, M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Pembimbing I		31 Mei 2023
5.	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si NIP. 19731115.2006042001 Pembimbing II		5 Juni 2023

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Latifah Firdausah
NIM : 1410619003
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial / Ilmu Komunikasi
Alamat email : latifahfirdausah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Endorser terhadap Brand Awareness Bakuchiol Night Oil
Bhumi pada Followers Instagram @artitw

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Agustus 2023

Penulis

(Latifah Firdausah)
nama dan tanda tangan

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, berkat limpahan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kekuatan sehingga skripsi ini mampu terselesaikan. Shalawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menentramkan hati dengan iman dan telah mengajarkan kebaikan.

Skripsi ini saya persembahkan kepada

Orang tua saya Bapak Rusdi dan Ibu Purwanti, terima kasih atas do'a, semangat, motivasi, nasihat serta kasih sayangnya yang tidak pernah berhenti hingga saat ini.

Adik saya Mufidah Zulfa, terima kasih atas do'a dan dukungannya selama pengerjaan skripsi ini.

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.” (HR. Muslim)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan kepada umat manusia, semoga dengan memegang teguh sunnahnya akan mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penulisannya, peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Rusdi dan Ibu Purwanti yang telah memberikan kasih sayang dan do'a restu selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Sarkadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dini Safitri, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Nada Arina Romli, M.I.Kom selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
5. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I, atas kesabaran, ketelitian dan kasih sayangnya selama membimbing peneliti.

6. Dr. Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, atas kesabaran, ketelitian dan kasih sayangnya selama membimbing peneliti.
7. Marisa Puspita Sary, M.Si., Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita M.Sc selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama peneliti menulis skripsi.
9. Teman-teman peneliti yakni Yoandra Putri Amarawati, Anggi Detia Agnesari, Chiara Janitra Helmiana, Isna Anistia, Salsabilla Naprillia Monna, Dania Sastiara Sutrisno, Dyah Arum. Terima kasih atas motivasi dan dukungannya serta tidak lelah mendengarkan keresahan peneliti juga selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi.

Kepada semua pihak yang telah mendukung, mendo'akan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini yang belum tersebut namanya, terima kasih banyak. Semoga Allah SWT melimpahkan karunia-Nya. Aamiin.

Jakarta, April 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Teoritis	20
2.2 Variabel Penelitian	34
2.3 Penelitian Sejenis Terdahulu	40
2.4 Hipotesis Teori	68
2.5 Model Penelitian.....	68
BAB III METODE PENELITIAN	69
3.1 Paradigma Penelitian	69
3.2 Metode Penelitian.....	69
3.3 Pendekatan Penelitian.....	70
3.4 Jenis Penelitian	70
3.5 Populasi, Sampel, Ukuran Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	71
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	74
3.7 Metode Pengumpulan Data	75
3.8 Validitas dan Reliabilitas.....	76
3.9 Definisi Operasional.....	80
3.10 Operasionalisasi Konsep	84
3.11 Waktu dan Tempat Penelitian	86
BAB IV HASIL PENELITIAN	87
4.1 Gambaran Umum Penelitian	87

4.2 Hasil Penelitian.....	88
4.3 Pembahasan	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	137
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN.....	xxvii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak di Dunia.....	1
Tabel 1.2 Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021	2
Tabel 1.3 Media Sosial Paling Populer di Indonesia	3
Tabel 1.4 Perbandingan <i>Endorser</i>	8
Tabel 1.5 Perbandingan Produk Bhumi	11
Tabel 2.1 Penelitian Serupa	50
Tabel 3.1 Kategori Klasifikasi Validitas.....	76
Tabel 3.2 Validitas Variabel <i>Endorser</i> (X)	77
Tabel 3.3 Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	77
Tabel 3.4 Kategori Klasifikasi Reliabilitas	78
Tabel 3.5 Reliabilitas Variabel <i>Endorser</i> (X)	79
Tabel 3.6 Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	79
Tabel 3.7 Operasionalisasi Konsep	84
Tabel 4.1 Usia Responden	87
Tabel 4.2 Lamanya Menjadi <i>Followers</i> Instagram @saritiw	87
Tabel 4.3 Promosi Produk	88
Tabel 4.4 Testimoni Produk	89
Tabel 4.5 <i>Endorsement</i> @saritiw	90
Tabel 4.6 Reputasi <i>Endorser</i>	90
Tabel 4.7 <i>Endorser</i> Dapat Dipercaya	91
Tabel 4.8 Promosi Menarik.....	92
Tabel 4.9 <i>Endorser</i> Produk <i>Skincare</i>	92
Tabel 4.10 Keahlian <i>Endorser</i>	93
Tabel 4.11 Pengetahuan <i>Endorser</i>	94
Tabel 4.12 Keterampilan <i>Endorser</i>	94
Tabel 4.13 @saritiw Banyak Dikenal Masyarakat	95
Tabel 4.14 Penampilan <i>Endorser</i> Elegan	96
Tabel 4.15 Penampilan <i>Endorser</i> Menarik	97

Tabel 4.16 @Saritiw Cocok Menjadi <i>Endorser</i> Produk <i>Skincare</i>	97
Tabel 4.17 Gaya Hidup Sehat <i>Endorser</i>	98
Tabel 4.18 Penggunaan <i>Endorser</i> Menarik Audiens	99
Tabel 4.19 Produk Ditampilkan Dengan Baik	99
Tabel 4.20 Produk Dipromosikan Dengan Baik	100
Tabel 4.21 Kemampuan <i>Endorser</i>	101
Tabel 4.22 Sari Endah Pratiwi Memiliki Banyak Penggemar	101
Tabel 4.23 Karakteristik <i>Endorser</i> Sejalan Dengan Produk	102
Tabel 4.24 Menggunakan Bakuchiol Night Oil Untuk Bekas Jerawat	103
Tabel 4.25 Menggunakan Bakuchiol Night Oil Untuk Skin Barrier	103
Tabel 4.26 Menggunakan Bakuchiol Night Oil Untuk Mencerahkan	104
Tabel 4.27 Target Pasar	105
Tabel 4.28 Tidak Mengetahui <i>Brand</i> Bhumi	106
Tabel 4.29 Tidak Mengetahui Produk	106
Tabel 4.30 Tidak Dapat Mengenali <i>Skincare Brand</i> Bhumi	107
Tabel 4.31 Tidak Dapat Mengenali Produk	108
Tabel 4.32 Postingan Instagram @Saritiw	108
Tabel 4.33 Dapat Mengenali <i>Skincare</i> Bakuchiol Night Oil Bhumi	109
Tabel 4.34 Baru Mengenal <i>Brand Bhumi</i>	110
Tabel 4.35 Baru Mengenal Produk Bakuchiol Night Oil	111
Tabel 4.36 Membutuhkan Alat Bantu Dalam Mengingat	111
Tabel 4.37 Membutuhkan Waktu Dalam Mengingat	112
Tabel 4.38 Dapat Mengingat <i>Brand</i> Bhumi	113
Tabel 4.39 Dapat Mengingat Produk Bakuchiol Night Oil	113
Tabel 4.40 Kesadaran Merek <i>Brand</i> Bhumi	114
Tabel 4.41 Mengingat <i>Brand</i> Bhumi	115
Tabel 4.42 Mengingat <i>Skincare</i> Bakuchiol Night Oil	115
Tabel 4.43 Produk Pertama Yang Dicari	116
Tabel 4.44 <i>Brand</i> Yang Paling Diingat	137
Tabel 4.45 Masih Mengingat Bakuchiol Night Oil Bhumi	137
Tabel 4.46 Produk Yang Paling Diingat	118

Tabel 4.47 Tidak Akan Menggunakan Produk Pesaing	119
Tabel 4.48 Dimensi Variabel <i>Endorser</i> (X)	120
Tabel 4.49 Indikator Variabel X (<i>Endorser</i>).....	121
Tabel 4.50 Dimensi Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	124
Tabel 4.51 Indikator Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	125
Tabel 4.52 Regresi Linier Sederhana	127
Tabel 4.53 Koefisien Determinasi	127



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	4
Gambar 1.2 <i>Profile</i> Instagram Sari Endah Pratiwi	8
Gambar 1.3 Postingan <i>Endorsement</i> Sari Endah Pratiwi	10
Gambar 1.4 10 <i>Face Oil</i> Terbaik Tahun 2022	14
Gambar 1.5 Produk Terlaris Bhumi	15

