

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TUKUL ARWANA
PADA IKLAN SHOPEE COD TERHADAP SIKAP
KONSUMEN (Survey Terhadap Masyarakat Jakarta Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

M ALIF FAUZI CHAIRUDIN

051703503125047

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2021

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TUKUL ARWANA
PADA IKLAN SHOPEE COD TERHADAP SIKAP
KONSUMEN (Survey Terhadap Masyarakat Jakarta Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

M ALIF FAUZI CHAIRUDIN

0517035031250

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2021

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



M ALIF FAUZI CHAIRUDIN

(051703503125047)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : M Alif Fauzi Chairudin
NIM : 0517035031250
JUDUL : Pengaruh Celebrity Endorser Tukul Arwana Pada Iklan
Shopee COD Terhadap Sikap Konsumen (Survei Terhadap Masyarakat Jakarta
Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

Pembimbing II Pembimbing I

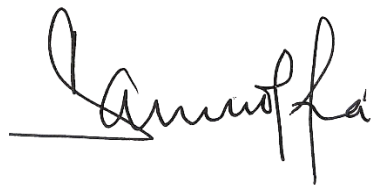


(Tarsani M. Ikom) (Helen Olivia M. Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Sandra Olifia, M. Si)



(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : M Alif Fauzi Chairudin
NIM : 051703503125047
JUDUL : Pengaruh Celebrity Endorser Tukul Arwana Pada Iklan
Shopee COD Terhadap Sikap Konsumen (Survei Terhadap Masyarakat Jakarta
Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

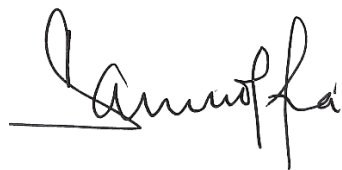
Ketua Penguji : Helen Olivia M.Ikom ()

Anggota Penguji I : Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M ()

Anggota Penguji II : Agus Budiana M.Ikom ()

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Sandra Olifia, M. Si)

Dekan FISIP



(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TUKUL ARWANA PADA IKLAN SHOPEE COD TERHADAP SIKAP KONSUMEN (Survey Terhadap Masyarakat Jakarta Selatan). Penyusunan skripsi ini sebagai syarat awal untuk mengerjakan skripsi sebagai tugas akhir pada pendidikan Strata 1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam menyusun skripsi penulis tidak akan bisa menyelesaikannya jika tidak ada uluran bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA selaku rektor dari Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Dr. Radita Gora Tayipnapi, MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Sandra Olifia, M.,Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Helen Olivia M.Ikom selaku dosen pembimbing pertama dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Tarsani M.Ikom selaku dosen pembimbing kedua dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.

6. Orang tua saya yang telah memberi segala dukungan dalam bentuk apapun hingga menjadikan hal tersebut sebagai salah satu alasan saya untuk tetap semangat dalam meraih keberhasilan.
7. Teman-teman mahasiswa yang selalu memberikan bantuan, informasi dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi.
8. Seluruh staff dan dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
9. Pak Amin Selaku ketua RT 02
10. Bu Dyah selaku ketua RT01

Akhir kata penulis dengan kerendahan hati, mohon maaf sedalam-dalamnya dengan kekurangan pada penulisan skripsi, baik dari segi penyajiannya maupun kelengkapannya. Semoga laporan ini memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : M Alif Fauzi Chairudin
NIM : 051703503125047
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan
Pengaruh Celebrity Endorser Tukul Arwana Pada Iklan Shopee COD Terhadap Sikap Konsumen (Survei Terhadap Masyarakat Jakarta Selatan).
Jumlah Halaman : xiii + 87 halaman + lampiran
Bibliografi : 34 Buku, 6 Jurnal, 7 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Celebrity Endorser Tukul Arwana Pada iklan Shopee COD Terhadap Sikap Konsumen. Tujuannya untuk mengetahui apakah Tukul Arwana sebagai Celebrity Endorser mempengaruhi Sikap dari Konsumen dan juga bagaimana sikap dari konsumen.

Teori yang digunakan adalah teori Inokulasi. Teori yang menjelaskan bahwa individu dapat menolak suatu objek atau pesan persuasi yang disampaikan melalui interaksi interpersonal ataupun media massa.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan survey dan penelitian bersifat eksplanatif. Populasi dari Masyarakat Jakarta Selatan dan dipilih 100 orang diantaranya sebagai sampel.

Hasil penelitian uji korelasi nilai signifikan 0,000 dan nilai Pearson Corelation 0,825 yang artinya memiliki tingkat hubungan sangat kuat serta signifikan antara Variabel X dan Variabel Y. Dalam Uji regresi linear sederhana diperoleh nilai $Y=3,359+0,434$ yang berarti uji regresi nilai X sebesar 0,434. Kemudian hasil Uji T diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($14.453 > 1.653$)

Kesimpulannya adalah Pengaruh Celebrity Endorser Tukul Arwana pada Iklan Shopee COD (X) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen (Y) sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Sikap menolak yang dominan terhadap Celebrity Endorser Tukul Arwana juga sesuai dengan Teori Inokulasi.

Kata Kunci : Celebrity Endorser, Shopee, Sikap Konsumen
Pembimbing I : Helen Olivia M.Ikom
Pembimbing II : Tarsani M.Ikom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

NAME : M Alif Fauzi Chairudin
NIM : 051703503125047
STUDY PROGRAM : *Communication Studies*
SPECIALIZATION : *Advertising*
The Influence of Celebrity Endorser Tukul Arwana on Shopee Advertising on Consumer Attitude. (Survey of South Jakarta People)
Number of Page : *xiii + 87 pages + attachments*
Bibliografi : *34 Books; 6 Journals; 7 Internet Articles.*

ABSTRACT

This study discusses the influence of Celebrity Endorser Tukul Arwana in Shopee COD advertisements on consumer attitudes. The aim is to find out whether Tukul Arowana as a Celebrity Endorser affects the attitudes of consumers and also how the attitudes of consumers.

The theory used is the theory of inoculation. The theory that explains that individuals can reject an object or persuasion message conveyed through interpersonal interaction or mass media.

This study uses a positivistic paradigm with a quantitative approach, the method used is survey and explanative research. The population of South Jakarta People and 100 of them were selected as samples.

The results of the correlation test have a significant value of 0.000 and a Pearson Correlation value of 0.825, which means that it has a very strong and significant level of relationship between Variable X and Variable Y. In a simple linear regression test, the value of $Y = 3.359 + 0.434$ means that the regression test value of X is 0.434. Then the results of the T test obtained that the value of t count is greater than t table (14.453 > 1,653)

The conclusion is that the influence of Tukul Arwana's Celebrity Endorser on Shopee COD (X) ads has a significant effect on Consumer Attitudes (Y) so that the Ho hypothesis is rejected and Ha is accepted. The dominant attitude of rejecting the Celebrity Endorser Tukul Arowana is also in accordance with the Inoculation Theory.

Keywords : *Celebrity Endorser, Shopee, Consumer Attitude*
Advisor I : *Helen Olivia M.Ikom*
Advisor II : *Tarsani M.Ikom*