

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSER FADIL JAIDI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

IMRO`ATUL MUFIDAH
NPM : 1151900272

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSER FADIL JAIDI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

IMRO'ATUL MUFIDAH

NPM : 1151900272

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Imro'atul Mufidah

NBI : 1151900272

**Judul : PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSER FADIL JAIDI**

Surabaya, 4 Januari 2024

Mengetahui,
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103



A.A.I. Prihandari, Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom
NPP. 0729018901

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 4 Januari 2024 :

Dosen Penguji :

1. **Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA**
Ketua
2. **Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA**
Anggota
3. **Beta Puspitaning Avodya, S.Sos., M.A**
Anggota

Irmasanthi
(Signature)

(Signature)

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan.

(Signature)
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : **IMRO' ATUL MUFIDAH**
NPM : 1151900272
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSER FADIL JAIDI**

Menyatakan

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencatumkan sumber dan mencatumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbuka sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencatumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sedasar – sadarnya.

Surabaya, 4 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Imro'atul Mufidah



**UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IMRO'ATUL MUFIDAH
 NBI/NPM : 1151900272
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSER FADIL JAIDI

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
 Pada tanggal : 04. JANUARI 2024

Yang menyatakan,



(.....Imro'atul Mufidah)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

Based on digital marketing trends, the use of celebrity endorsers is a promotional effort to gain attention for the product. Therefore, currently many companies use celebrity endorsers as an attraction for the brand they are promoting. Good celebrities are those who can build a strong brand image. This research uses Social Judgment Theory. The method used in this research uses descriptive quantitative. The sampling technique in this research is quota sampling. The results of the research show that in accordance with the presentation of data and descriptions that have been carried out by researchers, there is a positive perception from Fadil Jaidi's audience (followers) regarding his credibility as a celebrity endorser. This is reviewed through the Expertise indicator, Fadil Jaidi is considered an expert in conveying product messages in the endorsement advertisements he delivers. In the Trust indicator, Fadil Jaidi is considered trustworthy, sincere and responsible in conveying product messages in advertisements. Then, on the Attractiveness indicator, Fadil Jaidi is considered to have an attractive appearance and a unique style in conveying the product message in the endorsement advertisements he delivers.

Keywords: Perception, Credibility, Celebrity Endorser

ABSTRAK

Berdasarkan *trend* digital marketing, penggunaan *celebrity endorser* merupakan upaya promosi untuk meraih sebuah perhatian (*attention*) dari produk tersebut. Oleh sebab itu, saat ini banyak perusahaan menggunakan *celebrity endorser* sebagai daya tarik dari brand yang dipromosikan. *Celebrity* yang baik adalah mereka yang dapat membangun *brand image* yang kuat. Penelitian ini menggunakan *Social Judgement Theory*. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan *quota sampling*. Hasil penelitian menunjukkan sesuai dengan penyajian data dan deskripsi yang sudah dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat persepsi yang positif dari khalayak (pengikut) Fadil Jaidi terhadap kredibilitasnya sebagai *celebrity endorser*. Hal tersebut ditinjau melalui indikator Keahlian, Fadil Jaidi dinilai ahli dalam menyampaikan pesan produk pada iklan *endorsement* yang dibawakan. Pada indikator Kepercayaan, Fadil Jaidi dinilai dapat dipercaya, tulus, dan bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan produk pada iklan. Lalu pada indikator Daya Tarik Fadil Jaidi dinilai memiliki penampilan yang menarik dan gaya yang unik dalam menyampaikan pesan produk pada iklan *endorsement* yang dibawakan.

Kata Kunci : Persepsi, Kredibilitas, *Celebrity Endorser*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul ‘PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* FADIL JAIDI’. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk lulus dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dalam memberikan dorongan motivasi agar penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terimakasih pada pihak-pihak yaitu kepada:

1. Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran di dalam setiap proses kehidupan penulis.
2. Kedua orang tua penulis, H. Moch. Koko Rukmana dan Sri Rahayu, yang selalu memberikan doa serta dukungan materi kepada penulis. Tanpa beliau penulis tidak akan mampu berada di titik ini.
3. Dr. Dra. Ayun Maduwindari, M. P., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M. Med.Kom., Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Ibu A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med. Kom selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA selaku dosen pembimbing kedua penulis yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta membimbing selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Susilowati, Farida Nurchasanah, Lies Sukmanawati, selaku kakak-kakak kandung penulis, terimakasih telah memberikan semangat serta motivasinya.
7. Olivia, Feny, Nadya, Marisa, Athaya selaku teman seperjuangan semasa kuliah hingga saat ini yang selalu memberikan dukungan dan saran.
8. Terimakasih kepada inspirasi peneliti Member EXO (Oh Sehun, Kim Minseok, Kim Junmyeon, Zhang Yixing, Byun Baekhyun, Kim Jongdae, Park Chanyeol, Doh Kyungsoo, Kim Jongin), selaku idola penulis yang turut memberikan

inspirasi dan menemani peneliti saat proses penyusunan skripsi lewat lagu-lagu mereka.

9. Terima kasih kepada inspirasi penelitian ini, yakni NCT Dream. Terima kasih kepada Lee Mark, Huang Renjun, Lee Jeno, Lee Haechan, Na Jaemin, Zhong Chenle dan Park Jisung yang telah menjadi inspirasi penulis dan membuat penulis tetap semangat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 <i>Social Judgement Theory</i>	13
2.3 Definisi Konseptual.....	15
2.3.1 Persepsi	15
2.3.2 Kredibilitas	18
2.3.2.1 Komponen – Komponen Kredibilitas Komunikator	19
2.3.3 Pengertian Iklan Online.....	21
2.3.4 <i>Celebrity Endorser</i>	21
2.4 Kerangka Pemikiran.....	22

2.5 Hipotesis.....	22
Hipotesis merupakan jawaban praduga sementara terhadap pertanyaan rumusan masalah pada penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Variabel Penelitian.....	26
3.4 Instrumen Penelitian.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	28
3.7 Uji Intrumen Penelitian	29
3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2 Statistik Deskriptif.....	31
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	31
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian	34
4.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	42
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	42
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
5.3 Keterbatasan Penelitian	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Kriteria interpretasi skor.....	29
Tabel 4. 1 Pengeluaran * Pekerjaan Crosstabulation	33
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi.....	35
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin * P 1 Crosstabulation.....	35
Tabel 4. 4 Pengeluaran * Persepsi 5 Crosstabulation.....	36
Tabel 4. 5 Pekerjaan * Persepsi 7 Crosstabulation.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas	38
Tabel 4. 7 Jenis Kelamin * Kredibilitas 1 Crosstabulation	39
Tabel 4. 8 Jenis Kelamin * Kredibilitas 6 Crosstabulation	40
Tabel 4. 9 Jenis Kelamin * Kredibilitas 9 Crosstabulation	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Realibilitas.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan dengan Brand Endorser Mbah Maridjan dan Chris John	3
Gambar 1. 2 Iklan endorsement produk pakaian wanita pada Instagram story Fadil Jaidi.....	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin Responden	32
Gambar 4. 2 Diagram Usia Responden	32
Gambar 4. 3 Diagram Pekerjaan Responden	32
Gambar 4. 4 Diagram Rata-Rata Pengeluaran Responden	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	51
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	53
Lampiran 3 rtabel.....	57
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen (Uji Validitas).....	58
Lampiran 5 Hasil Uji Intrumen (Uji Reliabilitas).....	60
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	61
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	63
Lampiran 8 Lembar Revisi.....	66