

**Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai Model
Iklan Clear men Edisi Ronaldo Terhadap Citra
merek Produk (Studi Pada Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Angkatan 2017 Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

AHMAD SYAHRUL ABROR

NBI. 1151600037

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

2020

**Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai Model
Iklan Clear men Edisi Ronaldo Terhadap Citra
merek Produk (Studi Pada Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Angkatan 2017 Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

AHMAD SYAHRUL ABROR

NBI.115160037

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

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Syahrul abror

NBI : 1151600037

Judul : Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai Model Iklan *Clear men* Edisi Ronaldo Terhadap Citra Merek Produk. Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Mengetahui

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

Surabaya, 5 Februari 2021

Disetujui oleh
Dosen pembimbing

Dr. Dra. Rachmawati Novarita, M.M

Dewi Sri Andika Rusmana,
S.I.Kom., M.Med.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan 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 :

Dewan Penguji

1. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

2. Prof. Dr. Arief Darmawan, SU

Anggota

3. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom

Anggota

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dr. Dra. Rachmawati Novarita, M.M

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Syahrul abror

NBI : 1151600037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai Model Iklan
Clear men Edisi Ronaldo Terhadap Citra Merek
Produk. Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Menyatakan :

- 1) Bahwa Skripsi yang telah saya buat merupakan karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
- 2) Bahwa jika jika saya mengambil, mengutip, dan menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain, maka saya akan mencantumkan sumber tersebut pada daftar pustaka
- 3) Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebut maupun mencantumkan sumbernya pada daftar pustaka, maka saya siap menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan dengan keadaan yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 5 Januari 2021
Yang membuat pernyataan



(Ahmad Syahrul Abror)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Syahrul Abror
NBI : 1151600037
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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 :

Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai Model Iklan Clear Men Edisi Ronaldo Terhadap Citra Merek Produk (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

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 : 5 Februari 2021

Yang Menyatakan,



(Ahmad Syahrul Abror)

ABSTRAK

Pada penelitian ini, peneliti memilih iklan sampo *Clear men* edisi Ronaldo dibandingkan dengan iklan-iklan sampo lainnya karena peneliti tertarik dengan iklan tersebut yang dikemas secara menarik dari segi *audio dan visualnya* dan pada model iklan yang digunakan yaitu pesepak bola terkenal yaitu Ronaldo. Tujuan dari peneliti adalah Untuk menjelaskan pengaruh penggunaan selebriti sebagai model iklan *Clear men* edisi Ronaldo terhadap citra merek produk. studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Teori pada penelitian ini digunakan adalah *Information processing theory*. Jenis peneliti adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian angket yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari responden yang telah dipilih. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana, menggunakan korelasi *produk moment* dan *cronbac'alpha*. berdasarkan hasil analisis regresi linear dapat diketahui bahwa model iklan (X) yang digunakan berpengaruh terhadap citra merek (Y), hal tersebut terbukti dengan nilai (R) sebesar 0,749 dan nilai R square sebesar 0,517. Sehingga pada penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa ada pengaruh model iklan terhadap citra merek dengan besar pengaruh 51,7% .

Kata kunci : Model Iklan, Citra merek, Clear men, Ronaldo.

ABSTRACT

In this study, the researcher chose the Ronaldo edition Clear men shampoo ad compared to other shampoo advertisements because the research was interested in the advertising which was packaged attractively from an audio and visual perspective and in the advertising model used, namely the famous footballer, namely Ronaldo. The aim of the researcher is to explaining the effect of using celebrities as the Ronaldo edition of Clear men advertising model on brand image product. Studies in Communication Science Students University 17 August 1945 Surabaya. The theory in this study used is information processing theory. This type of research is quantitative descriptive using a questionnaire research method that aims to collect data from selected respondents. The data analysis used in this study is simple linear regression, using product momet correlation and cronbac'alpha. Based on the result of linear regression analysis, it can be seen that the advertising model (X) used has an effect on brand image (Y), this is evidence by the value (R) of 0.749 and the R square value of 0.517. So that in this study the researchers concluded that there was an influence of the advertising model on brand image with a large effect of 51.7%.

Keywords: Advertising Model, Brand Image, Clear Men, Ronaldo.

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberikan nikmat-Nya berupa kesehatan, ilmu dan kelancaran sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam kepada junjungan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua termasuk orang yang mendapatkan syafaatnya.

Terimakasih peneliti ucapkan kepada temn-teman dan kerabat, dengan dukungannya, akhirnya peneliti dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Dikeempatan ini secara khusus peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

- 1) Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmatnya yang tak terhingga, sehingga peneliti diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
- 2) Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku ketua rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- 3) Dr. Endro Tjahjono, MM. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- 4) A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.sos., M.Med. Kom selaku kaprodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- 5) Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan waktu dan arahan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini.

- 6) Muchamad Rizqi, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan waktu dan arahan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini
- 7) Seluruh Dosen S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mengamalkan ilmunya kepada peneliti.
- 8) Kedua orangtua, Anwar dan Siti Sarifah yang telah membiayai kuliah peneliti dan senangtiasa mendoakan kelancaran kehidupan peneliti.
- 9) Sahabat-sahabat peneliti, Rere, Bayu, Yunus, Ilham, Soni yang senangtiasa menemani dan membantu dalam mengerjakan skripsi ini.
- 10) Teman-teman peneliti Buffon, Dipta, Rizky, Rosita yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 11) Kepada Responden peneliti Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Untag Surabaya yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi Kuesioner.
- 12) Dina diyafah selaku teman peneliti yang selalu memberi semangat setiap saat.
- 13) Nurul Fatima selaku teman peneliti yang mengajari tentang bagaimana cara menggunakan program SPSS.
- 14) Semua pihak-pihak dan teman-teman kuliah peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan suport dan dukungan kepada peneliti, terimakasih peneliti ucapkan untuk kalian semua.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan pada penelitian ini karena keterbatasan yang dimiliki. Peneliti berharap dapat menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar lebih baik untuk penelitian yang akan datang, akhir kata peneliti ucapkan, semoga penelitian ini mempunyai manfaat bagi pembacanya.

Wassalamuallaikum Wr. Wb

Surabaya, 5 Februari 2021

Ahmad Syahrul Abror

DAFTAR ISI

ABSTAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	vix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Periklanan	22
2.2.1 Fungsi periklanan.....	23
2.2.2 Iklan televisi	24

2.2.3 Selebriti dalam iklan	25
2.3 Media Televisi	28
2.3.1 Fungsi media televisi	29
2.3.2 Kelebihan televisi.....	30
2.3.3 Kekurangan Televisi	31
2.4 <i>Information processing theory</i>	31
2.5 <i>Brand Association</i>	33
2.5.1 Indikator <i>Brand Association</i>	34
2.6 <i>Brand Image</i> (Citra merek).....	35
2.7 Kerangka Pemikiran.....	38
2.8 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Rancangan Penelitian.....	40
3.1.1 Operasionalisasi konsep.....	40
3.2 Subjek Penelitian	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	43
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Sumber data	47

3.4.2 Uji Validitas	48
3.4.3 Uji Reliabilitas	48
3.4.4 Uji Normalitas.....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1 Regresi Linear sederhana	51
BAB IV PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi objek dan penelitian.....	52
4.1.1 Iklan sampo Clear men (Ronaldo)	52
4.2 Profil Ilmu Komunikasi Untag Surabaya.....	55
4.3 Profil Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi.....	56
4.4 Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas	57
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	57
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.4.3 Hasil Uji Normalitas	59
4.5 Penyajian Data Variabel.....	61
4.5.1 Identitas Responden	61
4.6 Hasil Kuesioner.....	64
4.6.1 Hasil kuesioner variabel (X)	64
4.6.2 Hasil Kuesioner variabel Y	73
4.7 Hasil analisis Regresi linear sederhana.....	82
4.8 Hasil Pengujian hipotesis	84

4.8.1 Uji koefisien determinasi (R Square).....	85
4.8.2 Uji Parsial (t).....	86
4.9 Pembahasan Penelitian.....	86
BAB V	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	10
Tabel 3.1 Tabel uji skala Likert	44
Tabel 4.1 Tabel hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.2 Hasil uji Reliabilitas variabel X.....	58
Tabel 4.3 Hasil uji Reliabilitas variabel Y	58
Tabel 4.10 Tabel Coefficients.....	82
Tabel 4.11 Tabel ANOVA.....	83
Tabel 4.12 Tabel uji koefisien determinasi (R Square).....	85
Tabel 4.13 Uji parsial (t).....	86

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Usia responden.....	62
Diagram 4. 2 Jenis kelamin responden	63
Diagram 4. 3 Indikator Daya tarik	64
Diagram 4. 4 Indikator Daya tarik	65
Diagram 4. 5 Indikator Daya tarik	66
Diagram 4. 6 Indikator Kredibilitas	67
Diagram 4. 7 Indikator Kredibilitas	68
Diagram 4. 8 Indikator Kredibilitas	69
Diagram 4. 9 Indikator Kekuatan.....	70
Diagram 4. 10 Indikator Kekuatan.....	71
Diagram 4. 11 Indikator Kekuatan.....	72
Diagram 4. 12 Indikator Keunggulan asosiasi merek	73
Diagram 4. 13 Indikator Keunggulan asosiasi merek	74
Diagram 4. 14 Indikator Keunggulan asosiasi merek	75
Diagram 4. 15 Kekuatan asosiasi merek.....	76
Diagram 4. 16 Kekuatan asosiasi merek.....	77
Diagram 4. 17 Kekuatan asosiasi merek.....	78
Diagram 4. 18 Keunikan asosiasi merek.....	79
Diagram 4. 19 Keunikan asosiasi merek.....	80
Diagram 4. 20 Keunikan asosiasi merek.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Logo sampo clear men Ronaldo.....	53
Gambar 4.2 Cuplikan iklan sampo Clear men Ronaldo di berbagai stasiun televisi.....	54
Gambar 4.3 Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Pot	59
Gambar 4.4 Hasil uji normalitas berdasarkan grafik histogram.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner penelitian.....	71
---------------------------	----

Lampiran 2

Tabel uji validitas variabel (X)	74
--	----

Tabel uji validitas variabel (Y)	75
--	----

Lampiran 3

Tabel uji Reliabilitas variabel (X)	77
---	----

Tabel uji Reliabilitas variabel (Y)	77
---	----

Lampiran 4

Tabel hasil uji normalitas P-P Plot	78
---	----

Tabel hasil uji normalitas Histogram.....	78
---	----

Lampiran 5

Tabel Hasil analisis Regresi linear sederhana	79
---	----

Tabel Hasil analisis Regresi linear sederhana	79
---	----

Lampiran 6 Data Tabulasi Variabel X dan Y

Tabel tabulasi variabel (X)	80
-----------------------------------	----

Tabel tabulasi variabel (Y)	82
-----------------------------------	----