

ABSTRAK

Daud Christie Yusanto

Skripsi

Efektivitas penggunaan vtuber Kobo Kanaeru sebagai *celebrity endorser* dalam konten Tokopedia pada followers Gen Z akun Instagram @Tokopedia.

Penggunaan *celebrity endorser* adalah salah satu strategi penting dalam *Marketing Public Relations*, hal ini penting untuk meningkatkan *awareness* audiens saat mengikuti kampanye yang ada. Efektivitas *celebrity endorser* dapat dilihat dengan dimensi *Source credibility* meliputi *attractiveness*, *trustworthiness*, *expertise*. Penelitian menggunakan metode *online survey*. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang dikirim dari fitur *Direct Message* atau pesan langsung kepada 100 responden yang merupakan followers Gen Z akun Instagram @Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Kobo Kanaeru sebagai *celebrity endorser* terbukti efektif pada followers Gen Z di konten instagram Tokopedia. Berdasarkan hasil analisis yang disimpulkan faktor paling tinggi untuk menarik audiens adalah dimensi *expertise* atau keahlian dari *celebrity endorser*. Ditemukan data menarik bahwa responden laki-laki lebih unggul pada dimensi *expertise* sedangkan perempuan lebih unggul pada dimensi *trustworthiness*. Responden laki-laki cenderung menyukai Kobo Kanaeru karena keahliannya dalam *entertain* terutama dalam konten game, sedangkan perempuan mempercayai Kobo Kanaeru karena Kobo mampu menyampaikan pesan dengan penuh semangat dan tulus melalui konten jinglenya.

Kata kunci: *celebrity endorser*, *source credibility*, vtuber, kobo kanaeru, tokopedia.

ABSTRACT

Daud Christie Yusanto

Undergraduate Thesis

Effectiveness of using Vtuber Kobo Kanaeru as a celebrity endorser in Tokopedia content for Gen Z followers of the @Tokopedia Instagram account.

The use of celebrity endorsers is an important strategy in Marketing Public Relations, this is important to increase audience awareness when following existing campaigns. The effectiveness of celebrity endorsers can be seen using the dimensions of Source credibility including attractiveness, trustworthiness, expertise. The research uses an online survey method. Data was collected through an online questionnaire sent from the Direct Message feature or direct messages to 100 respondents who were Gen Z followers of the @Tokopedia Instagram account. The research results show that the use of Kobo Kanaeru as a celebrity endorser has proven effective for Gen Z followers in Tokopedia Instagram content. Based on the results of the analysis, it was concluded that the highest factor for attracting audiences was the dimension of expertise or expertise of the celebrity endorser. Interesting data was found that male respondents were superior in the expertise dimension while women were superior in the trustworthiness dimension. Male respondents tend to like Kobo Kanaeru because of its expertise in entertainment, especially in game content, while women trust Kobo Kanaeru because Kobo is able to convey messages passionately and sincerely through its jingle content.

Keywords: celebrity endorser, source credibility, vtuber, kobo kanaeru, tokopedia.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar gambar	xi
Daftar Tabel.....	xiii
1. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	30
1.3 Tujuan Penelitian.....	30
1.4 Manfaat Penelitian	30
1.4.1 Manfaat Akademis	30
1.4.2 Manfaat Praktis	31
1.5 Batasan Penelitian	31
1.6 Sistematika Penulisan.....	31
2. Landasan Teori	33
2.1 Teori S-O-R	33
2.2 Marketing Public Relations (MPR).....	34
2.3 Celebrity Endorser	35
2.4 Virtual Influencer.....	37
2.4.1 Vtuber (Virtual Youtuber)	38
2.5 Gen Z	39
2.6 Efektivitas	39
2.7 Efektivitas Celebrity Endorser Menggunakan Source Credibility Theory	40
2.8 Media Sosial	42
2.8.1 Instagram	43
2.9 Nisbah antar konsep.....	45

2.10 Kerangka pemikiran	47
3. Metodologi Penelitian	48
3.1 Definisi konseptual	48
3.1.1 Celebrity Endorser	48
3.1.2 Efektivitas Celebrity endorser Menggunakan Source Credibility Model.....	48
3.2 Definisi operasional	49
3.3 Jenis Penelitian	50
3.4 Metode Penelitian	50
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	51
3.6 Populasi dan sampel.....	51
3.6.1 Populasi	51
3.6.2 Sampel.....	51
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	52
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.8 Jenis Data	53
3.9 Teknik Analisis Data.....	53
3.10 Uji Keabsahan Data	54
3.10.1 Uji Validitas.....	54
3.10.2 Uji Reliabilitas	55
4. Analisis Data	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 PT Tokopedia	56
4.1.2 Sejarah singkat Tokopedia	56
4.1.3 Kobo Kanaeru	57
4.1.4 Kobo Kanaeru dalam Konten Instagram War 12.12 Tokopedia	60
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	61
4.2.1 Uji Validitas.....	61
4.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.3 Deskripsi data	62
4.3.1 Identitas responden	62
4.3.2 Usia Responden	63
4.3.3 Jenis Kelamin	64
4.3.4 Pengeluaran sebulan	65

4.3.5 Kategori Jawaban Responden.....	66
4.3.6 Attractiveness.....	67
4.3.7 Trustworthiness.....	72
4.3.8 Expertise.....	78
4.4 Efektivitas penggunaan Vtuber Kobo Kanaeru sebagai <i>Celebrity endorser</i> dalam konten instagram pada followers Gen Z instagram @Tokopedia?	83
4.1 Hasil Uji Crosstab.....	85
4.1.1 Hasil Uji Crosstab Usia Dengan Dimensi Source Credibility	85
4.1.2 Hasil Uji Crosstab Jenis Kelamin Dengan Dimensi Source Credibility.....	86
5. KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran akademis	91
5.2.2 Saran Praktis.....	91
Daftar Pustaka.....	92
6. Lampiran	99

Daftar gambar

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Desember 2023	3
Gambar 1.2 Miquela Sousa	4
Gambar 1.3 Lil Miquela bersama manusia asli	5
Gambar 1.4 Vtuber Indonesia	6
Gambar 1.5 Logo Hololive Production.....	7
Gambar 1.6 Lil Miquela sebagai celebrity endorser Samsung Galaxy	11
Gambar 1.7 Kizuna Ai sebagai Brand Ambassador campaign.....	11
Gambar 1.8 Kizuna Ai Cup Noodle Miso.....	12
Gambar 1.9 Kizuna Ai X Scentnations.....	12
Gambar 1.10 Gawr Gura X Sendai Umino-Mori Aquarium.....	13
Gambar 1.11 Gawr Gura X SUSHIRO TAIWAN	13
Gambar 1.12 Avatar Kobo Kanaeru	14
Gambar 1.13 Siaran ulang livestream Kobo Kanaeru.....	15
Gambar 1.14 Kobo Kanaeru menunjukkan bakat bernyanyinya	15
Gambar 1.15 Reaksi publik atas hadirnya Kobo pada akun Tokopedia dan Indomie	20
Gambar 1.16 Deretan bintang tamu Waku Waku Festival Vol 2	21
Gambar 1.17 Kobo Kanaeru menjadi caster pada grand final Free Fire Master League Season 8	21
Gambar 1.18 Kobo Kanaeru dan Kureiji Ollie menjadi Celebrity Endorser kampanye indomie ..	22
Gambar 1.19 Vtuber yang tampil pada panggung kedua	23
Gambar 1.20 Kemunculan Kobo Kanaeru dalam akun instagram Tokopedia.....	26
Gambar 1.21 Siluet Kobo Kanaeru	26
Gambar 1.22 Konten lagu WarTokopedia Kobo Kanaeru x Hieakim	27
Gambar 1.23 Bukti Tokopedia mengakui bahwa Kobo adalah Celebrity endorser.....	27
Gambar 1.24 Konten kolaborasi Tokopedia bersama Kono Kanaeru lainnya.....	28
Gambar 4.1 Avatar Kobo Kanaeru	58
Gambar 4.2 Kemunculan Kobo Kanaeru dalam Konten Tokopedia.....	60
Gambar 4.3 Cuplikan konten lainnya Tokopedia bersama dengan Kobo kanaeru	61
Gambar 4.4 Persona Kobo yang dimunculkan pada konten Tokopedia	70
Gambar 4.5 Reaksi audiens teringat kembali dengan Tokopedia setelah melihat Kobo kanaeru	70
Gambar 4.6 Reaksi audiens tentang stigma negatif wibu	71

Gambar 4.7 Kobo mereview speaker	74
Gambar 4.8 Admin Tokopedia meramaikan konten.....	75
Gambar 4.9 Konsistensi Kobo dalam menyampaikan pesan	75
Gambar 4.10 Reaksi audiens download Tokopedia.....	77
Gambar 4.11 Kobo menunjukkan sisi entertainernya	81
Gambar 4.12 Respon audiens pada kolom komentar Tokopedia.....	81

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Urutan Vtuber Indonesia paling populer	8
Tabel 1.2 Urutan popularitas Vtuber tertinggi	16
Tabel 1.3 Tabel Perbandingan selebriti yang lahir di tahun 2022.....	18
Tabel 1.4 Perbandingan Celebrity Endorser yang digunakan Tokopedia.....	24
Tabel 4.1 Kehadiran Kobo Kanaeru dalam berbagai acara	59
Tabel 4.2 Tabel Uji Validitas	61
Tabel 4.3 Statistik uji reliabilitas.....	62
Tabel 4.4 Tabel Usia Responden	63
Tabel 4.5 Tabel Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4.6 Tabel pengeluaran uang selama sebulan.....	65
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Indikator Attractiveness	67
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Indikator Trustworthiness	72
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Indikator Expertise	78
Tabel 4.10 Kategori Variabel Efektivitas	83
Tabel 4.11 Hasil Crosstab usia dengan dimensi Source Credibility.....	85
Tabel 4.12 Hasil Crosstab Jenis kelamin dengan dimensi Source Credibility	86
Tabel 4.13 Nilai Mean Seluruh Indikator	83