

## ABSTRAK

Moses Korano

Skripsi

Efektivitas penggunaan Agung Hapsah sebagai *celebrity endorser* pada iklan Valorant Indonesia pada Instagram @valorantid

Seorang *celebrity endorser* adalah figur publik yang mewakili perusahaan untuk mempromosikan sebuah produk. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi produk saat ini, aktivitas komunikasi pemasaran menjadi semakin signifikan. Agung Hapsah, seorang *content creator* terkenal di Indonesia, dikenal memiliki keahlian dalam bidang periklanan dengan konten yang menarik. Valorant Indonesia memanfaatkan popularitas Agung Hapsah dengan memilihnya sebagai *celebrity endorser* dalam iklan mereka yang diunggah di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas Agung Hapsah sebagai *celebrity endorser* untuk iklan Valorant Indonesia di Instagram @valorantid menggunakan model TEARS. Model TEARS terdiri dari lima indikator: *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity*. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik *purposive sampling* untuk menentukan responden yang memenuhi kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Agung Hapsah sebagai *celebrity endorser* dalam iklan Valorant Indonesia di Instagram @valorantid terbukti efektif, dengan indikator *expertise* atau kemampuan sebagai faktor yang paling menarik perhatian responden.

Kata Kunci: *celebrity endorser*, iklan, instagram, valorant, efektivitas, komunikasi pemasaran, *expertise*

## **ABSTRACT**

Moses Korano

Thesis

Effectiveness of Agung Hapsah's utilization as a celebrity endorser in Valorant Indonesia advertisements on instagram @valorantid

A celebrity endorser is a public figure who represents a company to promote a product. With the increasing use of social media as a platform for disseminating product information, marketing communication activities have become more significant. Agung Hapsah, a well-known content creator in Indonesia, is recognized for his expertise in advertising with engaging content. Valorant Indonesia leverages Agung Hapsah's popularity by selecting him as their celebrity endorser for advertisements posted on Instagram. This study aims to measure the effectiveness of Agung Hapsah as a celebrity endorser for Valorant Indonesia's advertisements on Instagram @valorantid using the TEARS model. The TEARS model comprises five indicators: trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity. The research method employed is a survey using purposive sampling to select respondents who meet specific criteria. The results of the study indicate that Agung Hapsah's use as a celebrity endorser in Valorant Indonesia's advertisements on Instagram @valorantid is effective, with the expertise indicator being the most attention-grabbing factor for respondents.

Keywords: celebrity endorser, advertisement, Instagram, valorant, effectiveness, marketing communication, expertise

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	16
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	16
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	16
<b>1.4.1 Manfaat Akademis</b> .....	16
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	16
<b>1.5 Batasan Penelitian</b> .....	16
<b>2. LANDASAN TEORI</b> .....	18
<b>2.1 Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)</b> .....	18
<b>2.1.1 Efektivitas</b> .....	19
<b>2.2 <i>Marketing Public Relations</i></b> .....	20
<b>2.2.1 <i>Marketing Public Relations Tools</i></b> .....	21
<b>2.3 Media Sosial</b> .....	22
<b>2.3.1 Instagram</b> .....	23
<b>2.4 Iklan</b> .....	23
<b>2.4.1 Fungsi Iklan</b> .....	24
<b>2.4.2 Iklan Dalam Media Sosial</b> .....	25
<b>2.5 Celebrity Endorser</b> .....	26
<b>2.5.1 Peran <i>Celebrity Endorser</i></b> .....	26
<b>2.6 Efektivitas <i>Celebrity Endorser</i> menggunakan Model TEARS</b> .....	27
<b>2.7 Nisbah Antar Konsep</b> .....	28

2.8	Kerangka Berpikir .....	30
<b>3.</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Definisi Konseptual .....	31
3.1.1	<i>Celebrity Endorser</i> .....	31
3.1.2	Efektivitas .....	31
3.2	Definisi Operasional .....	32
3.2.1	<i>Trustworthiness</i> .....	32
3.2.2	Expertise .....	32
3.2.3	<i>Attractiveness</i> .....	33
3.2.4	<i>Respect</i> .....	33
3.2.5	<i>Similarity</i> .....	33
3.3	Jenis Penelitian .....	33
3.4	Metode Penelitian .....	34
3.5	Subjek dan Objek Penelitian .....	34
3.6	Populasi dan Sampel .....	34
3.6.1	Populasi .....	34
3.6.2	Sampel .....	34
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.8	Jenis Data .....	36
3.9	Teknik Analisis Data .....	36
3.10	Uji Validitas dan Realibilitas .....	38
3.10.1	Uji Validitas .....	38
3.10.2	Uji Realibilitas .....	38
<b>4.</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>40</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian .....	40
4.1.1	Riot Games .....	40
4.1.2	Gambaran umum Valorant .....	40
4.1.3	Profile Instagram Valorant .....	41
4.1.4	Profil Agung Hapsah .....	42
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas .....	43
4.2.1	Uji Validitas .....	43
4.2.2	Uji Realibilitas .....	44
4.3	Analisa Data .....	45

4.3.1	Identitas Responden .....	45
4.3.2	Analisis Frekuensi Indikator .....	50
4.3.3	Indikator <i>Trustworthiness</i> .....	50
4.3.4	Indikator <i>Expertise</i> .....	56
4.3.5	Indikator <i>Attractiveness</i> .....	62
4.3.6	Indikator <i>Respect</i> .....	65
4.3.7	Indikator <i>Similarity</i> .....	69
4.4	Efektivitas Penggunaan Agung Hapsah sebagai <i>celebrity endorser</i> dalam iklan Valorant Indonesia pada instagram @valorantid .....	71
4.5	Hasil Uji <i>Crosstab</i> .....	74
4.5.1	Hasil uji coba crosstab usia dan penghasilan per bulan dengan indikator <i>expertise</i> 74	
4.5.2	Hasil uji coba crosstab Usia dan penghasilan per bulan dengan indikator <i>attractiveness</i> .....	75
4.5.3	Hasil uji coba <i>crosstab</i> usia dan penghasilan indikator TEARS.....	76
5.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	80
5.2.1	Saran Akademis .....	80
5.2.2	Saran Praktis .....	80
	DAFTAR PUSTAKA.....	81
	LAMPIRAN.....	85
	LAMPIRAN 1: Kuesioner .....	85
	LAMPIRAN 2: Matriks.....	86
	LAMPIRAN 3: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Trustworthiness</i> .....	89
	LAMPIRAN 4: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Expertise</i> .....	95
	LAMPIRAN 5: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Attractiveness</i> .....	102
	LAMPIRAN 6: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Respect</i> .....	110
	LAMPIRAN 7: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Similarity</i> .....	119
	LAMPIRAN 8: Uji Validitas .....	127
	LAMPIRAN 9: Uji Reliabilitas .....	127
	LAMPIRAN 10: Crosstab Indikator <i>Expertise</i> .....	128
	LAMPIRAN 11: Crosstab Indikator <i>Attractiveness</i> .....	129

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data platform iklan yang paling mempengaruhi Gen Z.....	3
Gambar 1. 2 Data platform sosial media yang sering digunakan.....	4
Gambar 1. 3 Data nilai belanja iklan di pasar terpilih Asia pada tahun 2022 .....	6
Gambar 1. 4 Game Valorant.....	6
Gambar 1. 5 Perbandingan Valorant dan Counter Stike GO (Google Trends).....	7
Gambar 1. 6 Iklan Valorant Indonesia bersama Agung Hapsah .....	8
Gambar 1. 7 LinkedIn Hermangga M.....	9
Gambar 1. 8 Video iklan Agung Hapsah dengan ROG.....	10
Gambar 1. 9 Filmografi Agung Hapsah.....	10
Gambar 1. 10 Linked In Thomas Satriapril .....	11
Gambar 1. 11Views iklan Agung Hapsah dengan Valorant .....	11
Gambar 1. 12 Comment section reels Agung Hapsah.....	12
Gambar 1. 13 Fifa Mobile menggunakan channel Youtube Vindes .....	13
Gambar 4. 1 Riot Games .....	40
Gambar 4. 2 Gameplay Valorant .....	41
Gambar 4. 3 Unggahan pertama instagram Valorant Indonesia .....	42
Gambar 4. 4 Profile Instagram Agung Hapsah .....	43
Gambar 4. 5 Data frekuensi bermain game di Indonesia.....	46
Gambar 4. 6 Data Pengelompokan umur pemain gim online di Indonesia .....	47
Gambar 4. 7 Konten Agung Hapsah di akun instagramnya .....	53
Gambar 4. 8 Kolom Komentar Unggahan Iklan Valorant Indonesia.....	54
Gambar 4. 9 Konten kerjasama Agung Hapsah dengan brand Asus .....	55
Gambar 4. 10 Hasil Google Trends Agung Hapsah .....	56
Gambar 4. 11 Komentar di platform Youtube Agung Hapsah .....	58
Gambar 4. 12 Komentar audiens di Youtube Agung Hapsah .....	59
Gambar 4. 13 Komentar audiens mengenai story telling.....	60
Gambar 4. 14 Brand yang bekerjasama dengan Agung Hapsah .....	61
Gambar 4. 15 Komentar audiens soal Agung Hapsah yang jarang upload .....	64
Gambar 4. 16 Komentar memuji fisik Agung Hapsah .....	65
Gambar 4. 17 Komentar audiens Agung Hapsah tentang kualitas diri Agung Hapsah dan prestasinya .....	67
Gambar 4. 18 Komentar audiens yang menunjukkan kekaguman .....	68
Gambar 4. 19 Komentar audiens yang menunjukkan kesamaan.....	70
Gambar 4. 20 Komentar audiens yang menunjukkan kesamaan.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4. 4 Tabel karakteristik responden berdasarkan usia.....	46
Tabel 4. 5 Tabel Pekerjaan Responden .....	48
Tabel 4. 6 Penghasilan Responden .....	49
Tabel 4. 7 Domisili Responden .....	49
Tabel 4. 8 Kategori Mean Dari skor Interval .....	50
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Indikator Trustworthiness.....	51
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Indikator Expertise.....	56
Tabel 4. 11 Tabel Distribusi Frekuensi Indikator Attractiveness .....	62
Tabel 4. 12 Tabel Distribusi Frekuensi Indikator Respect .....	66
Tabel 4. 13 Tabel Distribusi Frekuensi Indikator Similarity.....	69
Tabel 4. 14 Tabel kategori rata-rata jawaban responden .....	71
Tabel 4. 15 Efektivitas Penggunaan Agung Hapsah sebagai celebrity endorser menggunakan model TEARS .....	71
Tabel 4. 16 Crosstab usia dan penghasilan perbulan dengan indikator expertise .....	74
Tabel 4. 17 Crosstab usia dan penghasilan perbulan dengan indikator attractiveness.....	75
Tabel 4. 18 Crosstab usia dan penghasilan perbulan dengan indikator TEARS .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner .....	85
LAMPIRAN 2: Matriks .....	86
LAMPIRAN 3: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Trustworthiness</i> .....	89
LAMPIRAN 4: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Expertise</i> .....	95
LAMPIRAN 5: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Attractiveness</i> .....	102
LAMPIRAN 6: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Respect</i> .....	110
LAMPIRAN 7: Coding Data Jawaban Responden Untuk Indikator <i>Similarity</i> .....	119
LAMPIRAN 8: Uji Validitas .....	127
LAMPIRAN 9: Uji Reliabilitas .....	127
LAMPIRAN 10: Crosstab Indikator <i>Expertise</i> .....	128
LAMPIRAN 11: Crosstab Indikator <i>Attractiveness</i> .....	129