

Analisis efektivitas endorser non selebritis di media sosial studi terhadap akun megaiskanti di instagram = Analysis of non celebrity endorser s effectiveness on social media case study megaiskanti instagram account

Gandesmita Tresniansi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423962&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu media pendukung bagi pemasar untuk beriklan di era saat ini Di Indonesia Instagram merupakan media sosial dengan aktivitas komersil yang sangat tinggi Strategi endorsement oleh non selebritis digunakan oleh pemasar melihat adanya pengaruh signifikan terhadap khalayak Efektivitas seorang endorser non selebritis dapat dilihat dari karakteristiknya yang dibentuk dari elemen kredibilitas atraktivitas dan kekuatan sebagai sumber pesan Akun Instagram milik Mega Iskanti megaiskanti memiliki karakteristik yang memenuhi keseluruhan elemen tersebut menunjukkan bahwa ia merupakan endorser non selebritis yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak Efektivitas tinggi yang dimiliki akun megaiskanti berpengaruh terhadap sikap dan pembentukan asosiasi positif oleh khalayak kepadanya dan merek yang diiklankannya Mega Iskanti pun semakin digemari oleh para pemasar melihat adanya potensi akun tersebut lebih disukai dan diikuti oleh khalayak Sayangnya pada elemen kredibilitas akun megaiskanti masih menunjukkan penulisan yang kurang persuasif sehingga mengakibatkan khalayak sulit terhubung dengan endorser atau mereknya.

ABSTRACT

In this era social media is used as supporting media for advertising In Indonesia Instagram is a social media with the highest number of commercial activities Non celebrity endorsement is one of marketing strategies used by marketers as it has significant impact towards audiences Effectiveness of non celebrity endorser is analysable by seeing his her characteristics which is formed by source credibility source attractiveness and source power Mega Iskanti rsquo s Instagram account megaiskanti has characteristics that fulfill all of the elements above showing that she is an effective non celebrity endorser in terms of delivering messages to audience The high effectiveness of megaiskanti influences audiences rsquo attitude and positive association forming towards her and brands she advertised Mega Iskanti becomes one of marketers rsquo favorite endorsers as she is potential to be more likeable and followed by audiences Unfortunately megaiskanti doesn rsquo t perform well on building her credibility with lack of persuasive copywriting that can cause disengagement between audience and endorser or brands.</i>