

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Amrullah Karim (20060530081)
Pengaruh Kredibilitas *Endorser* JKT48 Terhadap Tingkat *Recall Audience*
pada Iklan Pocari Sweat
Tahun skripsi : 2015+ 62 halaman
Daftar pustaka : 20 buku + 3 Website

Banyak cara yang digunakan pihak perusahaan untuk memenangkan persaingan, salah satunya adalah dengan menghadirkan iklan yang menarik di masyarakat. Selebriti sebagai endorser haruslah memiliki kredibilitas yang baik dimata masyarakat. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *endorser* JKT48 terhadap tingkat *recall audience* pada iklan Pocari Sweat.

Konsep kredibilitas berarti kredibilitas dari penyokong (*endorser*) atau juru bicara (*spokesperson*) dalam periklanan. "Sumber kredibilitas" adalah istilah yang biasa digunakan untuk menyiratkan karakteristik positif komunikator yang mempengaruhi penerimaan penerima pesan. *Recall audience* adalah sejauh mana responden mampu mengingat kata demi kata dari iklan yang dipasang atau dipublikasikan melalui media televisi, radio dan media massa lain

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi dengan menggunakan uji t. Hasil dari penelitian ini diperoleh t hitung sebesar 6,881 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka Variabel kredibilitas *endorser* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *recall audience* konsumen pada Iklan Pocari Sweat, dengan demikian maka hipotesis didukung

Kata kunci : kredibilitas *endorser*, *recall audience*

ABSTRACT

**University of Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Science Communication
Concentration of Advertising
Amrullah Karim (20060530081)
The Influence of JKT48 Endorser Credibility to The Audience Recall Rate of
Pocari Sweat Advertisement
The Thesis : 2015 + 62 Pages
Bibliography : 20 book + 3 Website**

Many ways are used by the company to win the market competition, one of them is to present interest advertisements to the society. Celebrities as endorsers must have good credibility in the public's views. The goal of this research is to determine how important is the influence of the JKT48 endorser credibility to the audience recall rate of Pocari Sweat advertisement.

Credibility concept is endorser credibility or spokesperson at an advertisement. "Credibility Source" is commonly term used to imply a communicator's positive characteristics that affect the receiver's acceptance of a message. Recall audience is the extent to which the respondents were able to recall verbatim from the advertisements which is posted or published through the television, radio and other mass media.

This study took a sample of 100 respondents. The analysis tool used is regression analysis using t test. Results of this study was obtained t count equal to 6.881 with a significance value of 0.000 which is less than 0.05 then the variable credibility endorser have a positive and significant effect on consumer audience on Advertisement Recall Pocari Sweat, thus the hypothesis is supported.

Key : celebrities as endorsers, recall audience