

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran *online* sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif, yang menghubungkan pembeli dan penjual secara elektronik, merupakan bagian terpenting dari *e-commerce* atau proses perdagangan secara elektronik dengan menggunakan website, blog atau media sosial. Pemasaran meliputi aktivitas – aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengiklanan, promosi serta penentuan harga. Strategi pemasaran *Online* atau *Online marketing strategy* merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media *online*.

Pemasaran menggunakan media sosial (*social media marketing*) merupakan suatu bentuk pemasaran produk secara langsung ataupun tidak langsung. Tujuan pemasaran dengan menggunakan media sosial oleh pra pelaku usaha antara lain untuk membangun hubungan, membangun merek, promosi, serta riset pasar (Gunelius,2011:3). Media sosial saat ini menjadi kekuatan baru dalam berkomunikasi. Bahkan sudah menjadi kekuatan penting bagi perusahaan – perusahaan di seluruh dunia untuk membangun merek dan pasar. Sebab media baru ini memungkinkan merek untuk menjangkau dan memahami konsumen yang belum pernah dijangkau sebelumnya. Bagi banyak perusahaan, media sosial sudah menjadi alat penting dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu.

Di Indonesia bisnis bergerak dibidang produk maupun jasa kini mulai memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan. Instagram sebagai media sosial saat ini tidak lagi media yang hanya digunakan untuk mengekspresikan diri dan bersosialisasi di dunia maya, melainkan dimanfaatkan oleh

sebagai orang untuk melakukan pemasaran dan transaksi jual – beli yang dikenal sebagai *online shop* (Miranda,2017:2).

Online shop atau belanja via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet atau layanan jual beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjualan atau pembeli secara langsung. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang – barang berupa gambar atau foto - foto atau bahkan video.

Dalam menarik perhatian calon pembeli, *online shop* menggunakan komunikasi pemasaran yang diterapkan sebagai strategi pemasaran dari berbagai macam komunikasi pemasaran, iklan, atau *advertising*. Salah satu bentuk promosi yang banyak dilakukan pengusaha bisnis untuk memberikan informasi kepada para calon konsumen. Melakukan kegiatan *endorsement* merupakan salah satu cara beriklan yang sering digunakan oleh *online shop* untuk memasarkan produknya di media sosial.

Endorsement adalah istilah yang populer di dunia marketing yang merupakan bentuk promosi sebuah barang atau jasa di media sosial. *Endorsement* ini adalah taktik bisnis yang dilakukan produsen agar produknya laris dibeli konsumen. Promosi dengan menggunakan *endorsement* ini bisa dilakukan dengan berbayar atau tidak berbayar, sesuai dengan kesepakatan antara brand dan promotor. Sehingga bisa meminimalkan pengeluaran finansial untuk mengiklankan sebuah produk¹, muncul istilah *endorsement* yang menjadi trend pada pengguna Instagram. *Endorsement* adalah istilah yang populer di dunia marketing, yang merupakan bentuk promosi sebuah barang atau jasa di media sosial.

Endorsement dapat kita rasakan keberadaannya yang tidak dapat dipungkiri, meluasnya kegiatan *endorsement* menjadi salah satu strategi iklan yang dapat

¹ <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4504279/pengertian-endorsement-manfaat-dan-kekurangannya> diakses pada tanggal 24 Agustus 2021, pukul 01.46 WIB

diandalkan oleh pembisnis. Fenomena *endorsement* sudah ramai dilakukan *online shop* beberapa tahun silam melalui akun media sosial twitter yang menjadi sarana media sosial pertama untuk melakukan promosi barang – barang *online shop*. *Endorsement* dilakukan dengan memberikan barang kepada selebriti instagram untuk dipromosikan tanpa dipungut biaya.

Online shop melakukan kegiatan *endorsement* menggunakan Selebriti instagram, Selebriti instagram adalah iklan yang menggunakan orang atau tokoh terkenal (*public figur*) dalam mendukung suatu iklan (khatri 2003:329). Selebriti instagram digunakan untuk menarik perhatian khalayak serta diharapkan mampu meningkatkan awareness produk. Menurut (Marselina dan Siregar, 2017:30) mengatakan bahwa selebriti instagram adalah memanfaatkan seseorang yang memiliki pengaruh positif dikarenakan prestasi dan citra yang pernah ia raih. Sosok yang dapat menjadi selebriti instagram tersebut dapat seperti artis, atlet, budayawan, dan lain-lain. Dengan menggunakan selebriti instagram ini diharapkan dapat meningkatkan citra dan jumlah dari sebuah produk.

Daya tarik selebriti instagram merupakan cara yang digunakan dalam mengenalkan dan menjual produk kepada konsumen, para selebriti instagram dapat menjadi kekuatan yang berpengaruh dalam menimbulkan minat atau tindakan yang berhubungan dengan pembelian atau penggunaan barang barang dan jasa-jasa yang dipilih. Pasalnya selain meningkatkan perhatian (*attention*) dan daya ingat (*recall*), selebriti instagram juga sekaligus mewakili kepribadian dari merek yang mereka bawakan dan dengan itu diharapkan dapat mendekati target konsumen dengan baik (Kotler dan amstrong 2001:112).

Keberadaan selebriti Instagram memberi dampak dalam berbagai segi kehidupan, memang tidak dapat di pungkiri menjadi suatu fenomena tersendiri karena menjadi salah satu publisitas di berbagai media cetak dan elektronik, saat ini dalam berbagai iklan penggunaan selebriti instagram sebagai salah satu strategi pemasaran sangat efektif untuk membentuk staling power bagi masyarakat.

Menjadi seorang selebriti instagram tidak melihat berapa umur seorang selebriti Instagram tersebut dan seorang selebriti instagram bisa jadi dari profesi manapun seperti mahasiswa, polisi, pengusaha, guru, fotografer, dan *traveler*. Seorang selebriti Instagram dapat dilihat dari unggah foto dan video di Instagram yang mendapatkan *like* maupun komentar yang banyak mulai dari ribuan hingga ratusan. Hingga saat ini tidak ada panutan angka untuk menjadi seseorang di sebut selebriti instagram atau bukan, namun dilihat dari nilai sifat komersial maka bisa dinyatakan selebriti instagram yaitu seseorang yang memiliki nilai jual untuk *endorsement*.

Selebriti instagram bermula dari kesenangan memposting tentang diri sendiri menjadi berbuah keuntungan, dan berbagai macam alasan seseorang bisa menjadi Selebriti instagram. Untuk menjadi seorang Selebriti instagram bukanlah perkara yang mudah, Paras yang rupawan tidak menjadi tolak ukur seseorang bisa untuk menjadi Selebriti instagram . Seorang selebriti instagram harus memiliki sebuah konten yang menarik dan berbeda dari yang lainnya dengan kualitas gambar yang jernih dan bersih, sehingga bisa menarik pengguna media sosial untuk mengikuti media sosialnya. Selebriti instagram juga harus konsisten menggunakan instagram sebagai media sosialnya agar tidak kehilangan *followers*.

Lahirnya kegiatan *endorsement* oleh selebriti instagram merupakan hal yang menarik, Orang yang sebelumnya tidak dikenal bisa memiliki ribuan *followers* di instagram dan menjadi buah bibir bagi pengguna media sosial instagram yang lain kemudian mampu menarik *online shop* untuk bekerja sama melakukan kegiatan *endorsement* yang menguntungkan kedua belah pihak. Orang yang bukan artis atau *public figure* mampu mempromosikan produk dan brand *onlineshop* layaknya artis-artis ternama di Indonesia. Para selebriti instagram memiliki trik tersendiri untuk mempresentasikan produk dan brand dalam kegiatan *endorsement*.

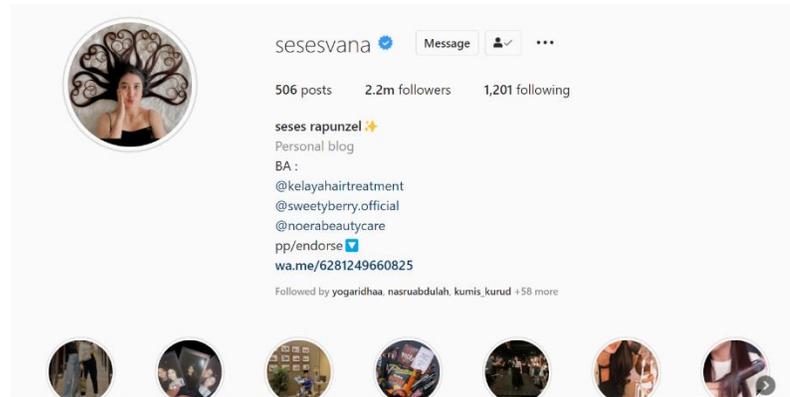
Fenomena Selebriti sudah tidak asing bagi sebagian orang karena sudah banyak selebriti instagram di Indonesia baik yang berasal ibu kota maupun kota – kota kecil di Indonesia. Ketenaran seorang Selebriti instagram tidak terlepas bagaimana mereka

mempromosikan diri mereka melalui instagram. Ketenaran seseorang menurut KBBI kata “ketenaran” yang berasal dari kata “tenar”. Kata tenar memiliki arti, sesuatu atau seseorang yang diketahui orang banyak. Selebriti instagram adalah mereka yang terkenal di media sosial Instagram. Perbedaan antara Selebriti dan selebriti instagram pada umumnya hanya terletak pada media (Aura.2020.9). Kebanyakan selebriti terkenal karena muncul di layar kaca, seorang Selebriti instagram terkenal karena eksistensinya dalam media sosial.

Peneliti memilih selebriti instagram di Kota Bandung yang memiliki verifikasi atau centang biru pada akunnya. Centang biru adalah lencana terverifikasi yang digambarkan dengan ikon centang. Ikon ini muncul di samping nama profil pemilik akun instagram. Dengan hadirnya centang biru, maka instagram telah mengkonfirmasi keaslian akun yang mewakili di antaranya *public figure*, selebriti, merek atau label ternama. Lencana terverifikasi merupakan fitur yang membantu orang dalam menemukan akun tersebut telah dikurasi keasliannya.

Adapun syarat untuk mendapatkan centang biru di instagram diantaranya yaitu, akun harus autentik artinya akun harus mewakili orang, bisnis, atau entitas terdaftar yang asli. Unik dimana akun keberadaan orang atau bisnis secara unik. Lengkap akun harus bersifat public atau tidak terkunci memiliki bio, foto profil, dan aktif bermain instagram. Terkenal akun harus terkenal dan banyak dicari, instagram akan meninjau akun karena pada aturannya jumlah like dan komentar yang banyak turut mempengaruhi penilaian². Berikut selebriti instagram yang memiliki verifikasi atau centang biru pada akun instagramnya Pertama ada Selebriti Instagram @Sesvana adalah Selebriti instagram asal Kota Bandung yang bernama asli Sesvana yang memiliki *Followers* 2,2 juta.

² <https://www.cnnindonesia.com/>. Diakses pada tanggal 14 oktober 2022, pukul 13.00 Wib.



Gambar 1.1
Profile Instagram Selebriti I @Sesesvana
Sumber : Instagram @Sesesvana

Pada gambar diatas menunjukkan mengenai media sosial instagram dari Selebriti instagram Instagram Sesvana. Selebriti instagram Instagram Sesvana memiliki akun bernama @Sesesvana di gambar tersebut terdapat 603 postingan foto pada tanggal 2 Juni 2022 yang sebagian besar adalah foto *endorsement*. Sesvana memiliki *followers* berjumlah 2,2 Juta dan *following* berjumlah 1,204 ribu pada tanggal 16 Februari 2022. *Followers* Instagram sesvana mayoritas adalah remaja yang berjenis kelamin perempuan. Kepopulerannya Sesesvana muncul karena ia sering mengunggah konten video - video pendek di akun instagramnya.

Selebriti instagram Sesesvana ini mempunyai penggemar dengan memanggil dia sebagai rapunzell karna memiliki rambut yang panjang dan indah. Selain aktif di Instagram selebriti instagram sesesvana juga aktif juga di beberapa media sosial lainnya seperti likee dan tiktok dengan *followers* yang banyak. Aktif di beberapa media sosial lainnya selebriti instagram sesesvana memiliki beberapa prestasi yang dimiliki seperti sebagai nominasi tiktok *award* sebagai nominasi populer *creator of the year* 2020 pemenang Likee sebagai vlogger viral di Likee Meetup *award* 2019, Dan masuk sebagai peringkat 23 sebagai influencer likee di seluruh dunia.

Selebriti instagram Instagram sesesvana juga menjadi beberapa *brand* ambassador seperti *brand* dari @kelayahairtreatment *brand* ini menjual produk – produk treatment

rambut, brand @sweetyberry.offical online shop yang jual catokan, brand @noerabeautycare online shop yang menjual minuman collagen, dan brand ambassador shopee. Selebriti instagram sesvana juga aktif dalam melakukan endorsement setiap harinya dalam bentuk instastory maupun feed Instagram. setiap hari ia selalu mengupload endorsement di instanstory 5 sampai 10 perhari endorsement di instanstorynya. Barang yang sering ia promosikan seperti tas, baju, makanan, makeup, bahkan jual jasa aplikasi. Untuk endorsement yang dilakukan melalui feed sehari ia akan upload 1 sampai 3 foto saja perharinya seperti endorsement pakaian dan makeup mau itu berbentuk foto maupun video sesuai permintaan para online shop.

Kedua ada selebriti instagram @alifahratu, Alifahratu adalah selebriti instagram beauty yang cukup terkenal di Bandung. Selebriti instagram Alifahratu memiliki nama asli Alifah Ratu Saelynda sering di panggil Ratu. Hobi terhadap makeup ia mulai membuat konten tutorial makeup muka berjerawat sampai akhirnya banyak menyukainya. Kepopulernya menjadi selebriti instagram beauty di media sosial membuat ratu mendapat banyak tawaran dan undangan dari brand – brand ternama antaranya Maybelline, Emina, silky gril, wardah, make over, dan beberapa brand makeup lainnya.



Gambar 1.2
Profile Instagram Selebriti instagram @Alifahratu
Sumber : Akun instagram @Alifahratu

Selebriti instagram Alifahratu memiliki nama asli Alifah Ratu Saelynda, pada gambar diatas menunjukkan terdapat 1,212 postingan foto sebagian besarnya dalam *endorsement*. Selebriti instagram Alifahratu memiliki *followers* berjumlah 315 ribu dan *following* 1,165 ribu pada tanggal 28 September 2021. *Followers* Instagram Alifahratu mayoritas adalah remaja dan berjenis kelamin perempuan. konten dalam instagramnya mereview make up, skincare dari harga murah hingga mahal yang diperuntukkan bagi acne fighter. Saat membuat konten pembawaanya selebriti instagram @Alifahratu ini sederhana dan santun membuat daya tarik *followers* meningkat.

Selebriti instagram Alifahratu ini juga memiliki beberapa prestasi menjadi salah satunya menjadi pengusaha muda di Kota Bandung karna keberhasilannya menjual produk skincare, makeup *brand* sendiri. Karena berhasil menjadi pengusaha muda ia juga selalu mengisi acara seminar di kampus – kampus ternama di Indonesia dan event – event besar seperti di salah satu kampus Universitas Padjajaran Bandung acara pixy inspiring beauty talk pada tahun 2019. Dan menjadi salah satu selebriti instagram beauty dari Kota Bandung yang di undang menjadi selebriti instagram beauty yang melakukan demo makeup di acara Indonesia beauty icon award 2018.

Kegiatan *endorsement* selebriti instagram Alifahratu di instagramnya Sering di lakukan di instan story sehari ia bisa *endorsement* 5 -10 produk yang ia promosikan di instan story, rata – rata produk yang ia promosikan adalah makeup dan skincare. Alifahratu juga melakukan *endorsement* di *feed* instagramnya dengan cara foto atau video tutorial. Namun selebriti instagram Alifahratu lebih dominan *endorsement* di instanstory akun instagramnya.

Ketiga ada selebriti instagram @indyratnap, selebriti instagram Indyratnap yang memiliki nama lengkap Indy Ratna Pratiwi dilihat pada postingan di media sosial instagram. merupakan selebriti instagram kota Bandung yang terkenal berawal menjadi sala satu tim jurnalrisa salah satu kanal Youtube yang menyajikan konten horor di indonesia yang terkenal. Penampilannya yang menarik dan banyak penggemar dikarenakan memiliki cara berpakaian yang modis membuat banyak tawaran untuk

bekerjasama untuk mempromosikan produk dari beberapa *online shop* membuat ia terjun menjadi seorang selebriti instagram terkenal.



Gambar 1.3
Profile Instagram Selebriti instagram @Indyratnap
Sumber : instagram @indyratnap

Pada gambar 1.15 diatas menunjukkan mengenai media sosial instagram Indyratnap. Di gambar tersebut terdapat 854 postingan foto *endorsement* sebagian besarnya. Indyratnap memiliki *followers* berjumlah 1,7 juta dan *following* berjumlah 2,311 ribu pada tanggal 28 september 2021. *Followers* instagram indyratnap mayoritas remaja dan berjenis kelamin perempuan. Selebriti instagram indyratnap memposting produk *endorsment* menggunakan fitur *instanstory* ia selalu memposting *endorsment* di instagramnya sehari 2 – 8 posting *endorsment*, barang yang ia sering *endorsement* adalah baju, tas, dan makeup. Dan ia juga sering melakukan *endorsement* di *feed* instagramnya sehari 1 -2 foto Saja rata – rata yang ia promosikan di *feed* adalah baju dengan cara foto *ootd* dan tag ke *online shop* atau *brand* tersebut.

Selebriti instagram Indyratnap ini pun memiliki prestasi yang cukup luar biasa karena ia di umurnya di 21 tahun bisa menjadi salah satu pengusaha muda yang menjual di bidang fashion dan clothing brand. Konsumennya bukan dari orang – orang biasa bahkan konsumennya pun ada dari kalangan artis dan selebriti instagram lainnya. Ia juga membuat pameran event khusus menjual produk – produk clothing brandnya

dengan cara membuat event konser musik yang di hadiri bintang tamu ternama seperti band viera di acaranya, Event ini dilakukan di salah satu café ternama di Kota Bandung.

Perbedaan dari ketiga selebriti instagram di Kota Bandung adalah perbedaan gaya konten di media sosial instagram, selebriti instagram @Sesesvana di instagram lebih sering memberikan konten video dance tiktok dan *ootd (outfit of the day)* feminimnya, Selebriti instagram @Alifahratu lebih ke konten beauty dari tutorial makeup dan *review* skincare atau makeup, selebriti instagram @Indyratnap berisi konten tentang *ootd (outfit of the day)* secara *mix and match* berpakaian hijab dan share konten tentang jurnal Risa.

Perbedaan *feed* di akun instagram, *feed* instagram sangat penting karena untuk menjaga eksistensi para *followersnya*. Isi konten ketiga selebriti instagram ini yang pertama selebriti instagram @Sesesvana penuh dengan tentang *endorsement* dan *ootd*, isi konten selebriti instagram @Alifahratu video tentang tutorial atau *review* tentang makeup skincare dan tentang keluarganya, selebriti instagram @Indyratnap isinya tentang gaya *ootd* pakaiannya, selfi, dan tentang konten jurnal Risa.

Perbedaan gaya bahasa saat *endorsement*, gaya bahasa sangat penting bagi para selebriti instagram karena untuk menarik perhatian *followersnya*. Selebriti instagram @Sesesvan selalu meng*endorse* dengan bahasa yang mudah di mengerti banyak orang lain dan jelas saat menjelaskan produk yang dia *review* dan nada bahasanya lemah lembut, selebriti instagram @Alifaratu gaya bahasanya menjelaskannya secara detail namun jelas dan mudah dimengerti dan selebriti instagram @Indyratnap gaya bahasanya menjelaskan saat *review* selalu singkat namun mudah dimengerti dengan gaya bahasanya anak muda banget.

Perbedaan mereka terkenal menjadi seorang selebriti instagram berawal dari selebriti instagram @Sesesvana terkenal berawal dia suka memposting video dance dari aplikasi musical dan di share ke akun instagramnya, selebriti instagram @Alifahratu terkenal mulai dari dia selalu membuat konten tutorial makeup dengan kondisi muka beracne, dan selebriti instagram @Indyratnap terkenal mulai dari

menjadi salah satu anak indigo di sebuah kanal youtube JurnalRisa yang membahas tentang dunia misteri di Kota Bandung.

Fenomena *endorsement* di Indonesia saat ini dapat sangat dirasakan keberadannya, Kegiatan *endorsement* dapat digunakan untuk membuat membawa pendekatan periklanan dan citra yang baru terhadap merek yang ada saat ini, Tidak dapat dipungkiri dengan meluasnya kegiatan *endorsement* di Indonesia dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang dapat di andalkan oleh para pembisnis. Fenomena *endorsement* di Indonesia sudah ramai sejak dilakukan *online shop* beberapa tahun silam melalui akun media sosial twitter yang menjadi sarana media sosial pertama yang melakukan promosi secara *online*³. Kini kegiatan *endorsement* sudah dilakukan pengusaha berbagai daerah di Indonesia cukup efektif karena banyak sekali pengusaha lokal yang melakukan promosi secara *endorsement* yang dapat mereposisi terhadap merek atau produknya dapat di kenal banyak orang salah satu *online shop* local yang melakukan *endorsement* adalah *online shop @kelayahairtreatment online shop* local yang menjual perawatan rambut yang menggunakan jasa Selebriti instagram Instagram @Sesesvana dalam melakukan promosinya.

Fenomena kegiatan *endorsement* di Kota Bandung juga cukup efektif karena banyak sekali anak muda di Kota Bandung berlomba – lomba menjadikan dirinya menjadi eksis agar dapat membentuk ketertarikan orang lain. Dengan adanya Instagram banyak anak muda di Kota Bandung memanfaatkan akun instagramnya sebagai pendongkrak eksistensi merek dan menjadikan media sosial Instagram mereka menjadikan ajang promosi produk para *online shop*.

Penjelasan di atas dapat menyimpulkan bahwa perkembangan menggunakan media sosial menjadi tempat memberikan untuk merekomendasi dan mempromosikan suatu produk. Karena media sosial bersifat dua arah atau bahkan lebih tidak seperti media konvensional yang hanya bersifat satu arah. Karena sifatnya yang satu arah kini penggunaan media sosial menjadi tempat memberikan untuk merekomendasi dan

³ <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/> diakses pada tanggal 2 Juni 2022 pukul 12.43 WIB.

mempromosikan suatu produk melalui Instagram, sehingga dapat berkembang pesat dalam penggunaan media sosial Instagram. Salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah media sosial Instagram.

Salah satu media sosial yang digandrungi saat ini adalah media sosial Instagram. Banyaknya *online shop* yang muncul di Instagram memunculkan fenomena baru di kalangan masyarakat, Instagram dijadikan media dalam mempromosikan maupun menjual produk. Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan untuk melakukan kegiatan *endorsement*. Bagi masyarakat Indonesia, Instagram dijadikan sarana untuk mencari inspirasi, dan mendorong hasil bisnis yang berdampak bagi masyarakat besar maupun kecil di Indonesia.

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Bagi masyarakat Indonesia, Instagram dijadikan sarana untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman, membahas tren terbaru dan mendorong hasil bisnis yang berdampak bagi masyarakat besar maupun kecil di Indonesia.

Banyaknya *online shop* muncul di Instagram menjadi fenomena baru di kalangan masyarakat. Instagram dijadikan media dalam mempromosikan produk, *Online shop* secara terang – terangan bersaing untuk mendapatkan *followers* dan perhatian penggunaan Instagram. salah satu cara untuk menarik konsumen di Instagram dengan cara *endorsement* salah satu selebri Instagram. Berkembangnya bisnis *online* di media sosial Instagram yang membantu para *online shop* dapat menjajahkan barangnya dan bisa dijangkau lebih luas dalam mengenalkan produknya. Selebriti Instagram sudah ada selama beberapa tahun ini dan terus berkembang berbagai inovasi setiap tahunnya dan semakin menarik perhatian penggunaan media sosial Instagram. dengan berbagai trik mereka lakukan, peneliti berasumsi bahwa para selebriti Instagram memiliki pandangan tersendiri dalam mengenai kegiatan *endorsement*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Makna *Endorsement* Bagi Selebriti Instagram (Studi**

Fenomenologi Mengenai Makna *Endorsement* Bagi Selebriti Instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap Di Kota Bandung)”

1.1 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan di paparkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah Bagaimana Makna *Endorsement* bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, dan @Indyratnap ?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana makna *endorsement* sebagai eksistensi bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap?
2. Bagaimana makna *endorsement* sebagai pengalaman bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap?
3. Bagaimana makna *endorsement* sebagai tindakan pemasaran *online shop* bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui makna *endorsement* sebagai eksistensi bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap.
2. Mengetahui makna *endorsement* sebagai pengalaman bagi selebriti instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap.
3. Mengetahui makna *endorsement* sebagai tindakan pemasaran *online shop* bagi selebriti Instagram @Sesesvana, @Alifahratu, @Indyratnap.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini tentu diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Apabila hasil penelitian ini terbukti, diharapkan penelitian ini akan bermanfaat secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam penerapan Ilmu Komunikasi sebagai disiplin ilmu pengetahuan dengan fokus pada bidang kajian Komunikasi Pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi beberapa kalangan, yaitu:

1.4.2.1 Bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai kajian Ilmu Komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang Komunikasi Pemasaran, makna *endorsement*, dan teori Alfred Schutz.

1.4.2.2 Bagi Akademik

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan kepustakaan terutama mengenai kajian Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Komunikasi Pemasaran, makna *endorsement*, dan teori Alfred Schutz. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dalam hal ini khususnya mahasiswa Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

1.4.2.3 Bagi Selebriti instagram Instagram

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi *sumber* evaluasi dan monitoring untuk selebriti instagram Instagram.