

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran umum objek penelitian

Berdasarkan artikel Fimela (diakses pada 24 Agustus 2018, pukul 20:37) - Jika bicara tentang beauty vlogger, maka kamu tidak bisa melewatkan nama Abel Cantika. Selebgram yang selalu bisa tampil menawan dan *flawless* ini masuk sebagai nominasi XYZ Day 2018. Bukan hanya kontennya di Youtube saja yang banyak dibicarakan, tapi gayanya di Instagram juga tidak kalah menarik perhatian. Berikut pada gambar 1.1 merupakan tampilan gambar dari selebgram Abel Cantika:

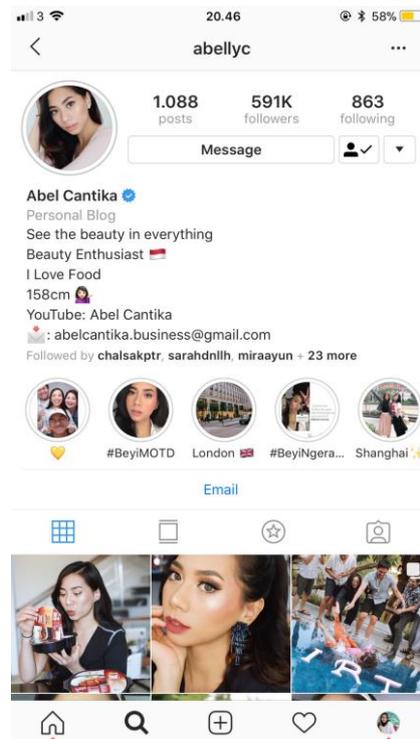


Gambar 1.1 Abel Cantika

(Sumber: www.instagram.com, diakses pada 24 Agustus 2018, pukul 20:50)

Nama asli dari Abel Cantika ini adalah Raden Roro Nabila Putri Cantika. Sedangkan Abel Cantika sendiri adalah nama populernya semenjak dia masuk ke dunia *entertainment*. Abel merupakan seorang selebgram kelahiran 19 Agustus 1995. Sejak 2015 Abel Cantika aktif mengunggah tips-tips *bermake-up* di akun media sosialnya. Kepopuleran Abel Cantika di media sosial membuat Abel mendapat banyak tawaran dan undangan dari brand ternama antara lain undangan ke New York Fashion Week untuk *Runway to Sideway* bersama Maybelline. Abel bahkan sempat diundang ke acara launching produk kolaborasi Maybelline bersama Gigi Hadid di Tokyo, Jepang baru-baru ini. Bukan hanya Maybelline, beberapa brand makeup lokal seperti Wardah, Make Over, dan Emina juga berkolaborasi dengannya.

Dilihat dari postingan di media sosial Instagram, Abel selalu menggunakan make up yang terlihat natural sesuai dengan umurnya sekarang yaitu 23 tahun. Selain hasil make up yang menarik, Abel Cantika juga menunjukkan penggunaan *outfitnya* cukup menjadi *favorite* di kalangan anak muda sekarang. Berikut merupakan gambar profil instagram dari Abel Cantika:



Gambar 1.2 Profil Instagram Abel Cantika

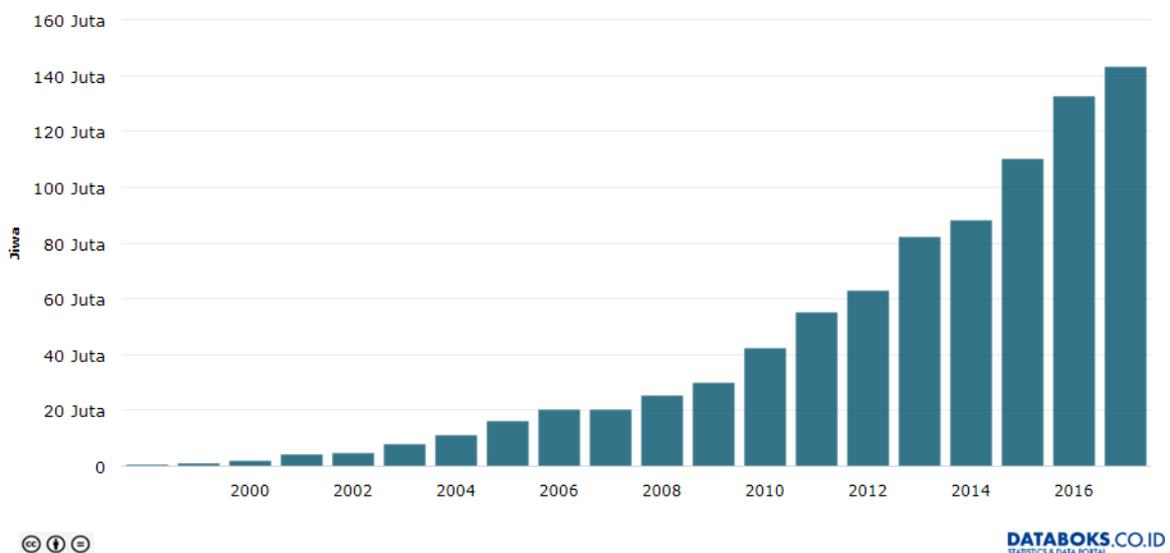
(Sumber: www.instagram.com, diakses pada 24 Agustus 2018, pukul 20:46)

Pada tampilan gambar diatas menunjukkan mengenai media sosial instagram dari Abel Cantika. Di gambar tersebut terdapat 1.088 postingan foto yang sebagian besarnya adalah foto *endorsement*. Abel Cantika memiliki *followers* berjumlah 645K dan *following* berjumlah 887 pada tanggal 24 Agustus 2018 . *Followers* instagram Abel Cantika mayoritas adalah remaja dan berjenis kelamin perempuan.

1.2 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, penggunaan internet semakin berkembang dan terus meningkat setiap tahunnya seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.3 dimana pada tahun 2016 jumlah pengguna internet di atas 120 juta pengguna dan di tahun berikutnya yaitu tahun 2017 pengguna internet meningkat di atas 140 juta pengguna. Dengan akses jangkauan yang luas, penggunaannya yang mudah, dan dapat diakses di semua gadget membuat pengguna internet tumbuh cukup pesat. Dengan pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial.

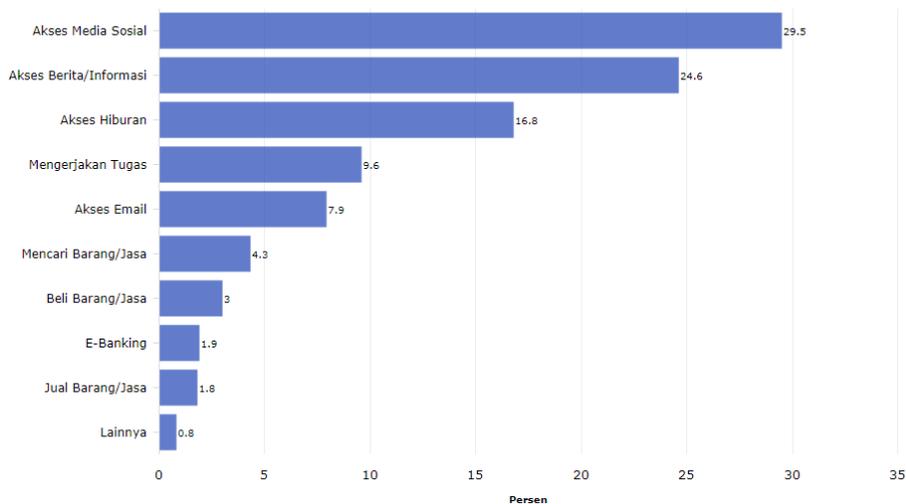
Pengguna Internet di Indonesia (1998-2017)



Gambar 1.3 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 1998-2017

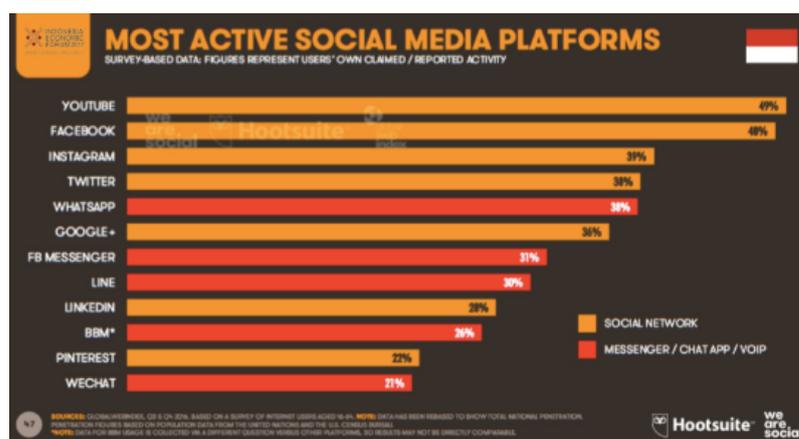
(Sumber: *databoks.co.id*, diakses pada 30 Agustus 2018, pukul 20:53)

Penggunaan internet di Indonesia mayoritas digunakan untuk keperluan media sosial. Hal lainnya yang paling banyak dilakukan masyarakat ketika mengakses internet adalah untuk mencari berita dan membuka media sosial. Selain itu, masyarakat juga menggunakan internet untuk mencari barang dan jasa, bertransaksi *ecommerce*, *ebanking* dan lainnya. Berikut gambar 1.5 merupakan gambar yang menunjukkan persentase penggunaan internet di Indonesia yang dirangkum dari hasil survei ekonomi nasional 2017 yang dipublikasikan bulan Maret 2018 dan telah diolah kembali oleh Bappenas:



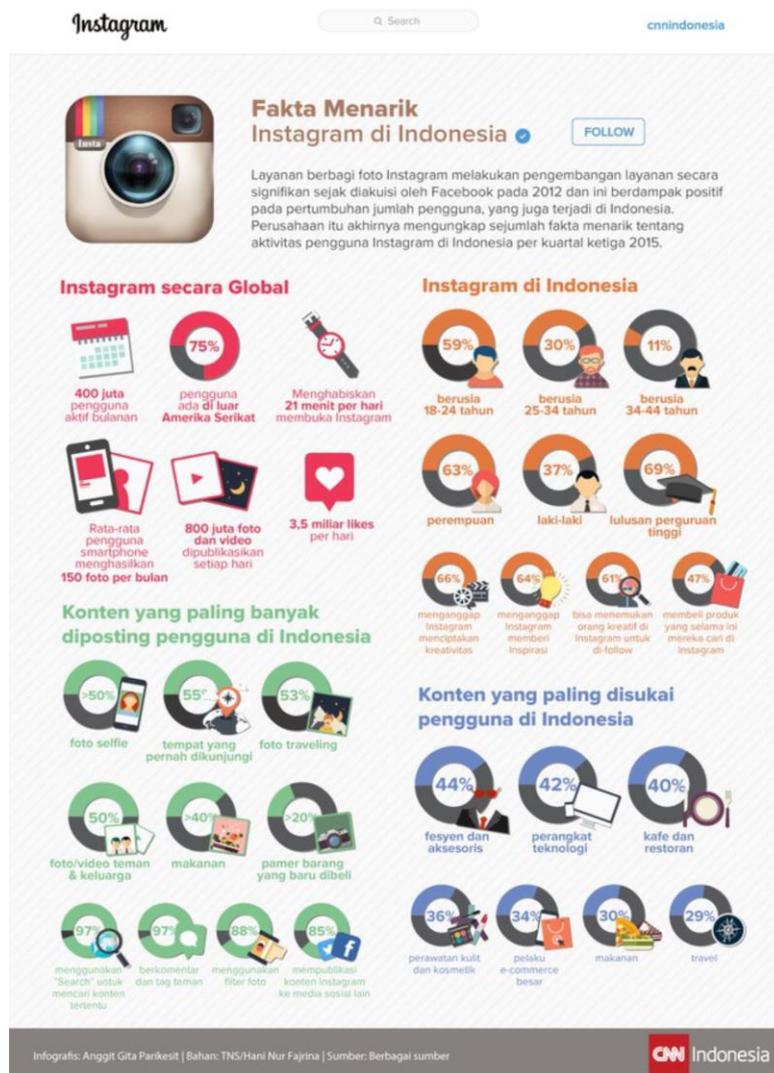
Gambar 1.5 Persentase Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2017
(Sumber: databoks.co.id, diakses pada 30 Agustus 2018, pukul 21:13)

Media sosial urutan 3 besar di Indonesia antara lain Youtube, Facebook, dan Instagram. Dari media sosial tersebut *platform* media yang khusus untuk foto dan video adalah Instagram. Seperti yang dilangsir di portal berita tirto.id, Instagram adalah sebuah platform media sosial visual yang didasarkan sepenuhnya pada foto dan video. Instagram memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif dan banyak dari pengguna yang mengunggah tentang makanan, seni, perjalanan, fashion dan lainnya. *(sumber: <https://tirto.id/mengapa-media-sosial-jadi-sarana-menjual-produk-cu46>, diakses pada 31 Agustus 2018, pukul 21:06)* Berikut gambar 1.6 adalah platform media sosial yang paling aktif di Indonesia:



Gambar 1.6 Platform Media Sosial yang Paling Aktif Tahun 2017
(Sumber: indonesiaeconomicforum.com, diakses pada 11 September 2018, pukul 10:29)

Dari data di atas menjelaskan bahwa media sosial Instagram di Indonesia berada pada urutan ke 3 dari 12 media sosial lainnya. Dari 12 media sosial tersebut, satu-satunya media sosial yang khusus memposting foto dan video adalah Instagram. Penjelasan dari CNN Indonesia bahwa yang mengakses Instagram adalah usia 18-24 tahun yang berjumlah 59% dari penduduk Indonesia dan 63% perempuan Indonesia yang menggunakan Instagram. Masyarakat menganggap Instagram menciptakan kreativitas, menganggap Instagram memberi inspirasi dan dapat membeli produk yang selama ini mereka cari. Berikut gambar 1.7 merupakan fakta pengguna Instagram seperti yang dijelaskan oleh CNN Indonesia:



Gambar 1.7 Fakta Penggunaan Instagram di Indonesia Tahun 2016

(Sumber: <https://m.cnnindonesia.com>, diakses pada 11 september 2018, pukul 13.00)

Endorserment merupakan salah satu bauran dari komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan suatu proses komunikasi yang memerlukan perencanaan, penciptaan, integrasi, dan implementasi dari berbagai bentuk komunikasi pemasaran seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan kegiatan yang disampaikan dari waktu ke waktu ke pelanggan dan prospek (Terence A. Shimp 2014:10).

Dalam buku Komunikasi Pemasaran Terpadu (Terence A. Shimp, 2014:259) menjelaskan bahwa *endorsement* merupakan pihak pendukung dalam suatu strategi komunikasi pemasaran yang diharapkan akan memengaruhi sikap dan perilaku konsumen secara positif terhadap merek yang didukung. *Endorsement* memiliki lima atribut, yaitu kepercayaan, keahlian, daya tarik fisik, rasa hormat, dan kesamaan dengan target audiens.

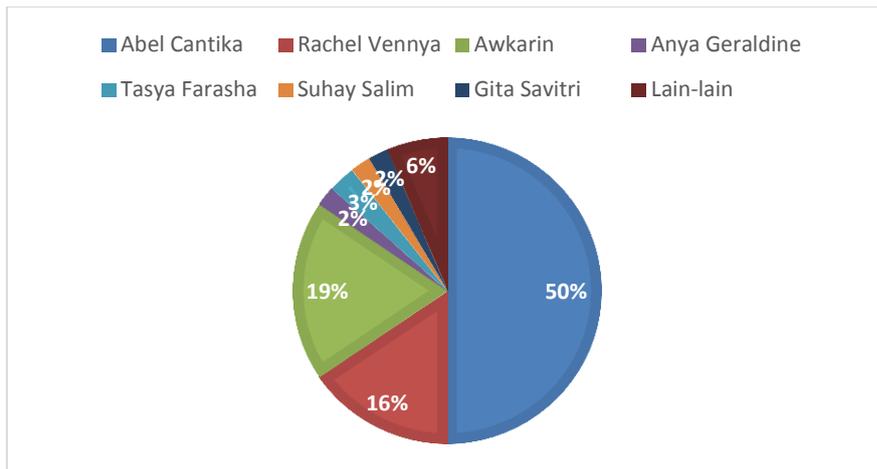
Berdasarkan *survei* yang dilakukan penulis melalui jumlah *followers* Instagram dari beberapa *celebrity endorsement* di bidang kosmetik membuktikan bahwa Instagram Abel Cantika mempunyai *followers* yang cukup banyak di bandingkan beberapa *celebrity endorsement* lainnya. Berikut ini tabel survei jumlah *followers* dari lima *celebrity endorsment*:

Tabel 1.8 Pengikut Akun Instagram *Celebrity Endorsment* Pada Januari 2019

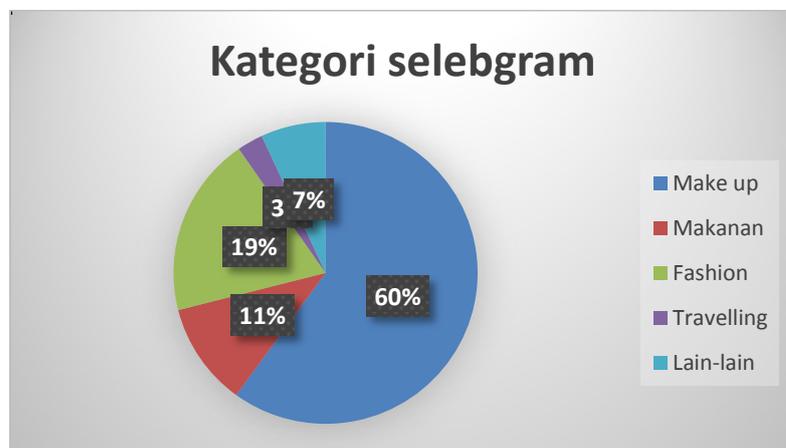
No	Nama Celebrity Endorsement	Jumlah Followers
1	Abel Cantika	675K
2	Cinderella	602K
3	Sarah Ayu	531K
4	Suhay Salim	489K
5	Ratu Saelynda	200K

(Sumber: Olahan penulis, 2019)

Selain itu survei melalui media sosial Instagram kepada 142 responden untuk selebgram yang terkenal di kalangan pengguna Instagram dan responden untuk kategori selebgram. Berikut adalah hasil survei dapat dilihat pada tabel 1.9 dan 1.10:



Gambar 1.9 Selebgram yang Terkenal
(Sumber: Olahan penulis, 2018)

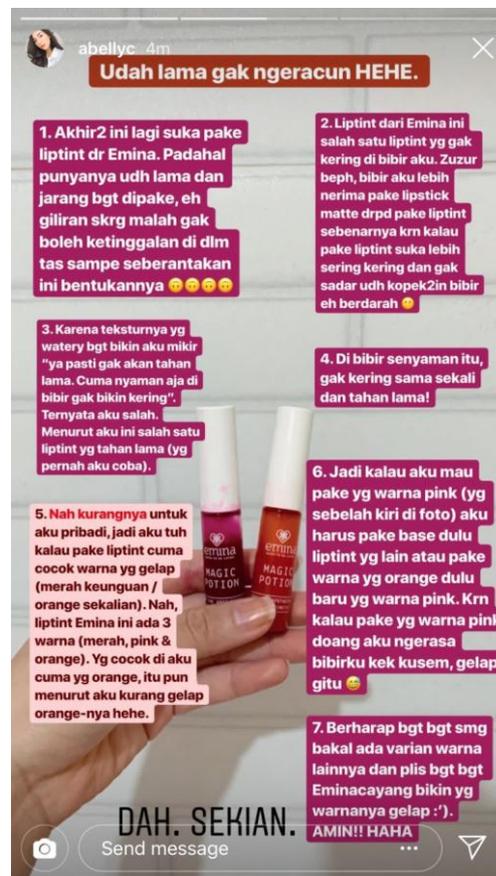


Gambar 1.10 Kategori Selebgram
(Sumber: Olahan penulis, 2018)

Diagram 1.9 survei mengenai selebgram yang terkenal menurut pengguna Instagram dan hasilnya menunjukkan bahwa 50% dari jumlah responden memilih Abel Cantika sebagai selebgram yang terkenal di Indonesia, kemudian 19% memilih Awkarin, 16% memilih Rachel Vennya, dan sisanya yaitu 15% memilih selebgram yang lain. Sedangkan gambar 1.10 mengenai kategori selebgram yang menunjukkan bahwa 60% dari jumlah responden memilih *make up*, 11% memilih makanan, 19% memilih *fashion*, 3% memilih *travelling*, dan 7% memilih kategori yang lain.

Berdasarkan artikel dari liputan6.com, Selera *make-up* dan *fashion* Abel Cantika dijadikan inspirasi para *fans* dan *followers* akun instagramnya. Selain itu Abel Cantika adalah selebriti inspiratif yang menjadi salah satu nomine di acara XYZ day 2018. XYZ day 2018 adalah konferensi inspirasi multi generasi mengenai dunia konten dan media dari semua generasi. (sumber:<https://m.liputan6.com>, diakses pada 2 September 2018, pukul 18:55)

Pada gambar 1.11 memperlihatkan Abel Cantika melakukan *endorsement* produk kosmetik Emina melalui *instastory*nya di Instagram. Dalam *endorse* tersebut, Abel menjelaskan dengan beberapa point bagaimana kelebihan dari produk kosmetik Emina setelah penggunaan produk kosmetik tersebut.



Gambar 1.11 Endorsement Pada Instastory Instagram Abel Cantika

(Sumber: [instagram.com/abellyc](https://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 9 Januari 2019, pukul 12:28)

Selain melakukan *endorse* melalui *instastory*, Abel juga memposting produk *endorse* melalui *feed* Instagram. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.12, Abel Cantika menjelaskan produk *endorsenya* melalui foto dirinya saat menggunakan produk dan melalui sebuah *caption* singkat. Di *caption* tersebut Abel menjelaskan produk apa yang dia gunakan ketika kulit sedang mengalami masalah seperti berminyak. Dibagian akhir captionnya tertulis manfaat dari penggunaan produk tersebut. Berikut gambar 1.12 postingan *endorse* Abel di *feed* Instagram:



Gambar 1.12 Endorsement Pada Feed Instagram Abel Cantika

(Sumber: Instagram.com/abellyc, diakses pada 22 Februari 2019, pukul 08:41)

Pada laman web pixy.co.id, brand Pixy mengadakan acara “One Fine Day” dengan Abel Cantika, Sarah Ayu, dan Suhay. Tidak hanya sekali acara saja, Pixy beberapa kali menghadirkan Abel Cantika dalam acaranya. Dalam acara tersebut Abel Cantika berbagi tips dan trik inspirasi make up menggunakan produk kosmetik Pixy. Berikut foto Abel Cantika bersama dua selebgram yang lainnya saat mengisi acara “One Fine Day”:



Gambar 1.13 Foto Abel Cantika bersama dua selebgram yang lainnya saat mengisi acara “One Fine Day”

(Sumber: pixy.co.id, diakses pada 14 September, pukul 22:19)

Berdasarkan berita di kapanlagi.com, Abel juga sempat diundang ke acara launching produk kolaborasi Maybelline bersama Gigi Hadid di Tokyo, Jepang. Gigi Hadid adalah salah satu model yang terkenal dari Amerika Serikat. Maybelline adalah brand *make-up* nomor satu di Amerika. Berikut adalah gambar 1.14 saat Abel bersama Gigi Hadid di acara Maybelline di Tokyo:



Gambar 1.14 Abel Cantika bersama Gigi Hadid

(Sumber: [instagram.com/abellyc](https://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 2 September 2018, pukul 20:24)

Abel Cantika adalah Maybelline IT-Girls di Indonesia. Maybelline mengundang Abel untuk datang di acara New York Fashion Week di New York, Amerika Serikat. New York merupakan negara pertama yang mengadakan ajang mode paling bergengsi. Selebgram Indonesia yang terpilih untuk mewakili datang ke acara tersebut adalah Abel Cantika, Sarah Ayu, dan Tasya Farasya. Mereka dianggap mampu menciptakan tren *make-up* yang dapat diaplikasikan oleh para wanita Indonesia. *(Sumber: [Harpersbazaar.co.id](https://www.harpersbazaar.co.id), diakses pada 13 September 2018, pukul 10:29)* Berikut adalah gambar selebriti dalam acara tersebut:



Gambar 1.15 Selebriti Pada Acara New York Fashion Week

(Sumber: *instagram/abellyc*, diakses pada 13 September 2018, pukul 10:35)

Selain menjadi *brand ambassador*, Abel Cantika juga menjalankan *project* dengan brand lokal seperti brand Wardah. Wardah mengadakan *beauty class* dan *talkshow* mengenai kecantikan bersama Abel. Produk wardah yang natural, sesuai dengan *makeup* Abel yang terkenal natural dan *flawless*. (sumber: *eventsurabaya.net*, diakses pada 13 September 2018, pukul 07.00) Berikut adalah gambar Abel kolaborasi dengan brand Wardah:



Gambar 1.16 Abel Cantika Berkolaborasi dengan Brand Wardah

(Sumber: *eventsurabaya.net*, diakses pada 14 September 2018, pukul 21:00)

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Analisis Faktor-Faktor Celebrity Endorsement Abel Cantika melalui Instagram”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang ingin penulis ketahui adalah faktor *celebrity endorsement* mana yang paling dominan pada *celebrity endorsement* Abel Cantika melalui Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan pada *celebrity endorsement* Abel Cantika melalui Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memiliki manfaat bagi berbagai pihak, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi keilmuan dibidang komunikasi, serta dapat memberikan pemahaman pada pembaca tentang komunikasi pemasaran, khususnya mengenai faktor-faktor *celebrity endorsement* dan penelitian ini selanjutnya dapat dijadikan bahan rujukan oleh penulis dengan topik yang sama.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam proses pembelajaran untuk memahami prosedur penelitian karya ilmiah, mengaplikasikan teori-teori, menganalisis realita, dan merelevansikan antara teori yang disampaikan saat perkuliahan dengan implementasinya dilapangan serta diharapkan untuk memberikan referensi dan informasi mengenai faktor-faktor *celebrity endorsement*.

1.6 Tahap dan Waktu Penelitian

Tahap dan waktu penelitian menjadi proses yang dilakukan oleh penulis. Adapun tahapan dan waktu penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Tahap dan Waktu Penelitian

Kegiatan	Agustus	September	Oktober	November	Januari	Februari	Maret
Justifikasi Masalah							
Pembekalan Skripsi							
Penyusunan BAB I							
Penyusunan BAB II							
Penyusunan BAB III							
Revisi Laporan							
Penelitian Lapangan							
Penyusunan BAB IV dan V							
Pemeriksaan Hasil Penelitian							

(Sumber: Olahan Penulis, 2019)

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan melaksanakan penelitian di akun media sosial Instagram, tepatnya pengikut Instagram *celebrity endorsement* Abel Cantika. Sedangkan waktu penelitian akan dilaksanakan dari bulan Agustus 2018 sampai dengan selesai.

1.8 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II Tujuan Pustaka

Bab ini merupakan bab yang berisikan tentang kajian pustaka, teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini merupakan bab yang berisikan tentang metode penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisis-analisis yang dilakukan. Sehingga akan jelas gambaran permasalahan yang terjadi dari hasil analisis pemecahan masalah.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab yang berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran sebagai hasil akhir atas penelitian ini.