

[\(http://www.infobintaro.com/\)](http://www.infobintaro.com/)<http://www.imttaiwan.com/main.php>

Home Berita Utama Kuliner Etalase Acara Pendidikan Kesehatan Gaya Hidup Komunitas

Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

Celebrity Endorsement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

[\(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)



<https://web.facebook.com/MafindoID/>
nsumen%20Nasional%2020%20April%29



Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh perusahaan sebagai salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan secara luas. Serta dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis *online* – yang sedang marak di era digital saat ini. Salah satu strategi agar produk baru dapat dikenal oleh masyarakat melalui media sosial antara lain adalah strategi marketing *endorsement*.

Endorsement dipahami sebagai rekomendasi. Lalu siapa yang dengan mudah merekomendasikan dan mengenalkan produk-produk usaha *online* kepada masyarakat? Jawabannya adalah pesohor alias selebriti.

Setiap orang mempunyai tokoh selebriti favorit. Apa yang dilakukan dan digunakan oleh selebriti tersebut ingin ditiru dan digunakan pula oleh para penggemar. Dengan demikian, peluang produk yang direkomendasikan oleh selebriti akan sangat mudah untuk dikenal dan diterima oleh masyarakat.



<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>

Tidak hanya selebriti yang dikenal melalui TV saja yang menjadi target pemasar bahkan orang biasa yang dikenal di media sosial tetapi memiliki *followers* yang banyak atau biasa disebut dengan **selebgram/selebtwit** bisa menjadi target untuk para pelaku bisnis *online*. Karena merekapun dapat menjadi objek “penarik” untuk merekomendasikan produk yang ingin diperkenalkan kepada *followers-followersnya*.

Celebrity endorsement merupakan selebriti yang meminjamkan namanya dan muncul atas nama suatu produk atau jasa. Ada pula yang menjelaskan bahwa *celebrity endorsement* merupakan seseorang yang mendapat *public recognition* dan menggunakan kepopulerannya untuk mempengaruhi konsumen dengan iklan tersebut.

Salah satu contoh adalah **Awkarin**. Gadis asal Jakarta ini yang ramai dibicarakan di semua kalangan karena gaya hidupnya yang dinilai penuh kontroversi. Banyaknya pengikut di akun media sosialnya membuat Awkarin banyak menerima tawaran *endorse*.

Mau tahu biaya endorse Awkarin? Simak **Psst... Ini Biaya yang Harus Kamu Keluarkan Untuk Endorse Awkarin**

(<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/niken-ajeng-pangestuty/psst-ini-biaya-yang-harus-kamu-keluarkan-untuk-endorse-awkarin-c1c2/full>)

BACA JUGA [Tips Menjadi Remaja yang Aktif dan Sukses](http://www.infobintaro.com/tips-menjadi-remaja-yang-aktif-dan-sukses/)
(<http://www.infobintaro.com/tips-menjadi-remaja-yang-aktif-dan-sukses/>)

Bila dijumlah dalam sebulan ia dapat mengumpulkan penghasilan hingga puluhan juta rupiah. Dalam dua hari saja kadang Awkarin bisa mengantongi Rp. 30 juta. Ternyata hal tersebut membuat gadis dengan nama asli **Karin Novilda** tersebut begitu populer. Saat ini ia telah menjadi kiblats anak muda metropolitan kelas menengah ke atas perkotaan dalam berbusana bahkan berpose.

Daya tarik selebriti memang dapat digunakan dengan sangat efektif oleh para pemasang iklan untuk berkomunikasi dengan pasar-pasar mereka. Para selebriti dapat menjadi kekuatan yang berpengaruh dalam pembelian atau penggunaan barang-barang dan jasa-jasa yang dipilih.



Identifikasi tersebut didasarkan pada kekaguman (terhadap seorang atlet), aspirasi (seorang selebriti atau terhadap suatu gaya hidup), empati (terhadap seseorang atau situasi), atau pada pengakuan (terhadap seseorang – sejati atau meniru-niru – atau terhadap suatu situasi).

Apakah berarti selebriti siapa saja dapat digandeng sebagai *endorser*? Ada beberapa pertimbangan dalam memutuskan penggunaan *celebrity endorser*, yaitu:

1. **Overshadowing the product.** Kepopuleran selebriti dapat membuat konsumen lebih memfokuskan kepada selebritinya sehingga gagal dalam menyadari merek
- (<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)



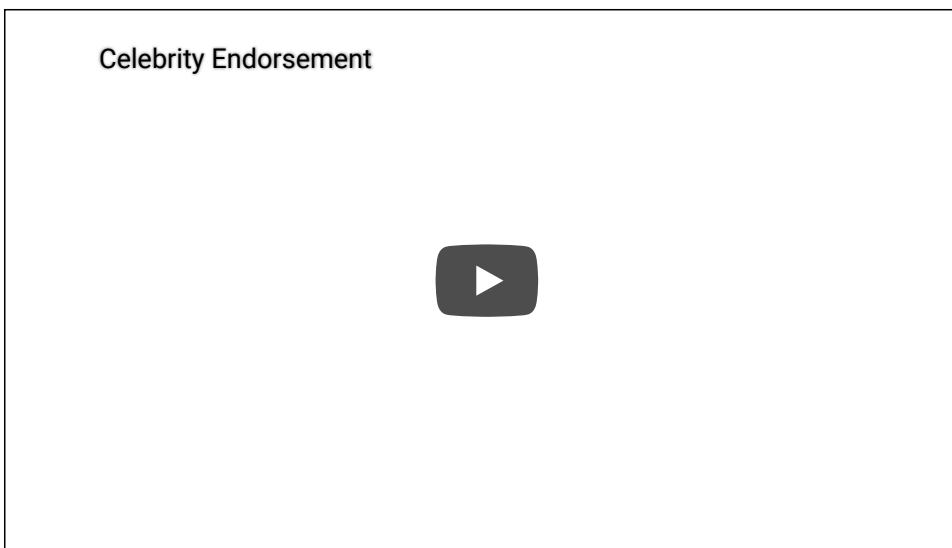
yang diiklankan. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan memilih selebriti yang dapat menarik perhatian.

2. **Overexposure.** Hal ini mengacu pada selebriti yang terlalu banyak meng-endorse produk sehingga konsumen menjadi skeptis terhadap *endorsement* karena mereka mengetahui bahwa selebriti tersebut dibayar. Perusahaan dapat menghindari hal ini dengan klausul eksklusivitas untuk membatasi jumlah produk yang dapat diendorse oleh selebriti.
3. **Target audience receptivity.** Mengacu pada seberapa baik selebriti dapat menyesuaikan dan diterima oleh target *audience* yang dituju karena konsumen yang memiliki pengetahuan lebih mengenai suatu produk atau jasa dan memiliki sikap yang teguh lebih sulit dipengaruhi oleh selebriti daripada konsumen yang memiliki lebih sedikit pengetahuan atau konsumen dengan sikap netral. Oleh karena itu, ada pula perusahaan yang menghindari penggunaan selebriti karena target pasar tidak terpengaruh sama sekali dengan *celebrity endorser*.
4. **Risk to the advertiser.** Mengacu pada perilaku negatif selebriti dalam kehidupan personalnya yang dapat membahayakan citra perusahaan. Oleh karena itu, banyak perusahaan melakukan riset dalam mencari tahu latar belakang dan kehidupan personal untuk menghindari hal tersebut.

BACA JUGA [Generational Gap: Bagaimana Cara Mengatasinya?](http://www.infobintaro.com/generational-gap-bagaimana-cara-mengatasinya/)

(<http://www.infobintaro.com/generational-gap-bagaimana-cara-mengatasinya/>)

Simak video Celebrity Endorsement :



Penulis:

Fauziah Nur Fazrina dan Gita Widya Laksmini Soerjoatmodjo
Program Studi Psikologi Fakultas Humaniora dan Bisnis
Universitas Pembangunan Jaya

Referensi

Ervina. (2018). *Efektivitas celebrity endorsement sebagai media iklan pada sosial media Instagram*. (Skripsi). Diakses dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/2371/1/PDF%20Lengkap.pdf> (<https://repository.ar-raniry.ac.id/2371/1/PDF%20Lengkap.pdf>)

Maula, F. (2018, Oktober 05). Banjir *endorse*, jumlah *insta stories* Awkarin per hari ini bikin kaget. *Brilio*. Diakses dari <https://www.brilio.net/selebritis/banjir-endorse-jumlah-stories-awkarin-per-hari-ini-bikin-kaget-181904.html> (<https://www.brilio.net/selebritis/banjir-endorse-jumlah-stories-awkarin-per-hari-ini-bikin-kaget-181904.html>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318200109&text=>)

(<https://www.brilio.net/selebritis/banjir-endorse-jumlah-insta-stories-awkarin-per-hari-ini-bikin-kaget-181004v.html>)

Richirny. (2017). *Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk (studi iklan shampo pro versi Raline Shah pada mahasiswa FISIP USU Medan)*. (Skripsi). Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/67555> (<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/67555>).

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior*. New Jersey: Person Education Inc.

Setiawan, L. (2018). Pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention* dengan *brand awareness* sebagai variabel mediasi pada produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12(1), 53-60. Diakses dari <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/20722/19415>. (<http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/20722/19415>)

Terkait

Apakah Kita Mampu Efektif Menyesuaikan Diri?

(<http://www.infobintaro.com/apakah-kita-mampu-efektif-menyesuaikan-diri/>)

Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April) (<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

Memasak dan Tugas Perkembangan Anak Usia Prasekolah dan Sekolah (<http://www.infobintaro.com/memasak-dan-tugas-perkembangan-anak-usia-prasekolah-dan-sekolah/>)

Memahami Survey Menjelang Pilpres (<http://www.infobintaro.com/memahami-survey-menjelang-pilpres/>)

Ayah, Bunda, Ajari Aku Bermasyarakat Ya!! (<http://www.infobintaro.com/ayah-bunda-ajari-aku-bermasyarakat-ya/>)

Tips Menjadi Remaja yang Aktif dan Sukses (<http://www.infobintaro.com/tips-menjadi-remaja-yang-aktif-dan-sukses/>)

Heavy Metal Parents: Identitas Kultural Metalhead Indonesia 1980-an (<http://www.infobintaro.com/heavy-metal-parents-identitas-kultural-metalhead-indonesia-1980-an/>)

Apa yang Membuat Seseorang Patuh? (<http://www.infobintaro.com/apa-yang-membuat-seseorang-patuh/>)

Mari Berteman... (<http://www.infobintaro.com/mari-berteman/>)

Remaja Merokok, Bagaimana Mengatasinya? (<http://www.infobintaro.com/remaja-merokok-bagaimana-mengatasinya/>)

More Stories

(<http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

Product Placement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 20 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

Generasi Milenial, Hindari Belanja Kompulsif (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 19 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

You may have missed

(<http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)

Universitas Pembangunan Jaya
(<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

Universitas Pembangunan Jaya
(<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/>)

Kuliner

Celebrity Endorsement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya
[\(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)
<http://www.infobintaro.com/innovasi-teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/>

Product Placement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya
[\(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)
[\(http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/\)](http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)

Sekarang Bisa Menikmati Kopi Minahasa di Bintaro
(<http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/>)

🕒 21 April 2019 Eva GS
[\(http://www.infobintaro.com/author/eva/\)](http://www.infobintaro.com/author/eva/)

Etalase
[\(http://www.infobintaro.com/category/etalase/\)](http://www.infobintaro.com/category/etalase/)

Universitas Pembangunan Jaya
[\(http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/)

Inovasi Teknologi Kamera Selfie Vivo V15
(<http://www.infobintaro.com/innovasi-teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/>)

🕒 20 April 2019 Ega
[\(http://www.infobintaro.com/author/ega/\)](http://www.infobintaro.com/author/ega/)

Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)
(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 20 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya
[\(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)



[\(https://www.infobintaro.com/info_bintaro/\)](https://www.infobintaro.com/info_bintaro/)

- [Tentang Kami](#) [Kebijakan Privasi](#) [Panduan Keamanan](#) [Frequently Asked Questions](#) [Pedoman Pemberitaan Media Siber](#)

[Hubungi Kami](#)

Copyright Info Bintaro © 2019 All rights reserved.

☰ X
 <http://www.infobintaro.com>

- ☰ X
- X
- Home (<http://www.infobintaro.com/>)
- Berita Utama (<http://www.infobintaro.com/berita-utama/>)
- Kuliner (<http://www.infobintaro.com/kuliner/>)
- Etalase (<http://www.infobintaro.com/etalase/>)
- Acara (<http://www.infobintaro.com/acara/>)
- Pendidikan (<http://www.infobintaro.com/pendidikan/>)
- Kesehatan (<http://www.infobintaro.com/kesehatan/>)
- Gaya Hidup (<http://www.infobintaro.com/gaya-hidup/>)
- Komunitas (<http://www.infobintaro.com/komunitas/>)

- X
 - Tentang Kami (<http://www.infobintaro.com/tentang-kami/>)
 - Kebijakan Privasi (<http://www.infobintaro.com/kebijakan-privasi/>)
 - Panduan Keamanan (<http://www.infobintaro.com/panduan-keamanan/>)
 - Frequently Asked Questions (<http://www.infobintaro.com/faq/>)
 - Pedoman Pemberitaan Media Siber (<http://www.infobintaro.com/pedoman-pemberitaan-media-siber/>)
 - Hubungi Kami (<http://www.infobintaro.com/hubungi-kami/>)
- 