

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yang berusia 17-25 tahun, memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK dan berdomisili di Malang merupakan hasil penelitian. Adapun H1 diterima sebagai hasil uji hipotesis, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Babe Cabita dan Marshel Widianto sebagai *celebrity endorser* dalam iklan #semuajugabisa terhadap *brand image* MS Glow for Men pada *followers* @MSGlowforMen.

Korelasi yang dimiliki dapat dikategorikan *celebrity endorser* dan *brand image* memiliki hubungan yang kuat yaitu penggunaan *celebrity endorser* Babe Cabita dan Marshel Widianto berhasil dan memberikan penilaian positif pada *brand image* MS Glow for Men. Diperoleh hasil variabel *celebrity endorser* yang dinyatakan berhasil dan hasil pada *brand image* yang dinilai positif. Adapun penilaian terbanyak pada variabel *celebrity endorser* ada pada indikator *visibility* disebabkan popularitas dari Babe Cabita dan Marshel Widianto yang muncul pada program acara televisi bertemakan komedi yang merupakan tontonan yang disukai masyarakat Indonesia juga terlibat dalam film layar lebar ternama. Tak hanya itu kedua komedian ini sering mengunggah konten hiburan di akun pribadi Instagram sehingga terjalin interaksi antara *followers* dan selebriti pendukung.

Sementara itu penilaian terbanyak pada variabel *brand image* ada pada indikator *strength of brand associations* yang disebabkan adanya pengusungan konsep iklan yang menarik dan bermakna positif membekas pada benak khayalak dan mudah mengingatnya kembali pada bentuk komunikasi baru.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan peneliti dapat ditarik kesimpulan hasil tabulasi silang antara *celebrity endorser* dan *brand image* memiliki pengaruh yaitu berhasil dan positif pada responden berjenis kelamin laki-laki berusia 17-25 tahun, responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK dan responden yang berdomisili di Malang.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi bagi penelitian sejenis selanjutnya yang menggunakan subjek atau objek yang serupa dengan pendekatan secara kualitatif yaitu untuk mengetahui apakah dapat disebut maskulinitas baru atau tidak terkait fenomena penggunaan *endorser* laki-laki dalam iklan yang tidak berkulit putih, bertubuh proposional. Selain itu juga dapat berguna dalam pengembangan ilmu dalam ranah komunikasi yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan *celebrity endorser* terhadap *brand image*

V.2.2. Saran Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi apakah berpengaruh penggunaan Babe Cabita dan Marshel Widiyanto sebagai *celebrity*

endorser sehingga memengaruhi *brand image* MS Glow for Men sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan diri daripada perusahaan MS Glow for Men dengan membuat iklan dengan konsep yang lebih menarik sehingga mampu menciptakan citra yang jauh lebih positif pada khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Fill, C. (2009). *Marketing Communications: Interactive, Communities and Content* (5th ed.). Pearson Education.
- Hermawan, Agus. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2003). *Public Relations* (5th ed.). Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education Limited.
- Kertamukti, R. (2017). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Kosnep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Hayati (Eds.); 13th ed.). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset*. Kencana Prenadamedia Group.
- Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* (Revisi). Revka
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*. Rajagrafindo Persada.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (N. Mahani (Ed.); 5th ed.). Erlangga.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2019). *SPSS untuk Penelitian* (Florent (Ed.)). Pustaka Baru Press.

JURNAL

- Anggraini, Ranti T., & Santhoso, Fauzan H. (2017). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. *E-Journal Gama Jop* 3(3), 131-140. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Aushaf, R., & Rina, N. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Sate Taichan Goreng*. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi* 5(2), 103-109. <https://doi.org/10.25124/liski.v5i2.1739>
- Fathinah, E., Priyatna, A., Adji, M. (2017). *Maskulinitas Baru dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House dan TonyMoly*. *Jurnal Patanjala*, 9(2), 213-228. <http://dx.doi.org/10.30959/patanjala.v9i2.3>
- Hardjanti, A., & Siswanto, H. (2014). *Pengaruh Dimensi Endorser dan Brand Credibility terhadap Dimensi Consumer-Based Brand Equity*. *Jurnal Ilmiah Widya*, 2(3), 42-50.
- Lubis, A. T., Irawanti, N., & Sembiring, K. B. F. (2020). *The Impact of life style and social media on purchasing decisions in B-One cafe, Medan*. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 32-40.
- Marselina, Dian, & Siregar, Edward H. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(1), 42-50. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18598>
- Morissan, M. (2020). *Persepsi Konsumen terhadap Selebritas sebagai Endorser Iklan Produk*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 185-202. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2399>
- Oktafiani, R., & Silaningsih, E. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Di Kota Bogor*. *Jurnal Visionida*, 1(2), 45-58.
- Raswen, Rima N., & Nurjanah. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador BlackPink terhadap Citra Perusahaan Shopee pada Mahasiswa Di UIN Suska Riau*. *Jom Fisip*, 53(9), 1689-1699.
- Santoso, Devita A., Erdiansyah, R. , & Pribadi, M. Adi. (2018). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*. *Prologia*, 2(2), 286-290. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sertoglu, A. E., Catli, O., & Korkmaz, S. (2014). *Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers ' Buying Intentions : An Empirical Study in Turkey*. 4(1), 66-77.

Setia, I. S. B., & Sudrajat, R. H. (2019). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo*. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322-332. <https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.8505>

Wijaya, Valensia A., & Oktavianti, Roswita. (2018). *Pengaruh Brand Image E-Commerce terhadap Minat Beli Konsumen*. *Prologia*, 2(2), 531-537. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>

SKRIPSI

Anggraeni, K. D. (2021). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Siwon Choi Mie Sedaap terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Remaja di Kota Surabaya* [Widya Mandala Catholic University Surabaya].

Marcellina, Stevie. (2021). *Pengaruh Penggunaan BTS sebagai Brand Ambassador Tokopedia terhadap Brand Image Tokopedia pada Masyarakat Surabaya* [Widya Mandala Catholic University Surabaya].

WEBSITE

Afdilla, Hapsari. (2021, August 24). *Tuai Pro Kontra, ini 5 Kronologi Babe Cabita jadi Duta Produk Skincare*. *Brilio*. <https://www.brilio.net/selebritis/tuai-pro-kontra-ini-5-kronologi-babe-cabita-jadi-duta-produk-skincare-210824x.html>

Ali, Myra. (2021, July 10). *Laki-laki bertubuh besar, tua, hingga feminim: Standar Kegantengan Masa Kini yang Masih Terus Berubah*. *BBC*. <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cul-57773464>

Aly, Reza. (2021, August 29). *Biodata dan Perjalanan Karir Marshel Widiyanto, Komika yang Wajahnya Terpampang di Billboard Times Square NYC*. *Jatim Network*. <https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-43989338/biodata-dan-perjalanan-karir-marshel-widiyanto-komika-yang-wajahnya-terpampang-di-billboard-times-square-nyc?page=all>

Arifin, Jawanto. (2020, July 1). *Upaya Gilang W.P. Jadikan MS Glow for Men Raja Skin Care Pria Indonesia*. *Radar Bromo Jawa Pos*. <https://radarbromo.jawapos.com/features/01/07/2020/upaya-gilang-w-p-jadikan-ms-glow-for-men-raja-skin-care-pria-indonesia/>

Deliusno. (2016, May 19). *Duta Tokopedia-Oppo Takut Belanja " Online " dan Pakai iPhone*. *Kompas*. <https://tekno.kompas.com/read/2016/05/19/15483207/duta.tokopedia-oppo.takut.belanja.online.dan.pakai.iphone>

- Funcrev. (2021, August 25). Mendapat Banyak Hujatan, Marshel dan Babe Buktikan Kebolehan Lewat Karya. *Your Say Suara*. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/08/25/100255/mendapat-banyak-hujatan-marshel-dan-babe-buktikan-kebolehan-lewat-karya>
- Hadyan, Rheza. (2020, December 23). MS Glow Skin Care Raih Best Brand dengan Penjualan Eksklusif. *Bisnis*. <https://m.bisnis.com/amp/read/20201223/220/1334631/ms-glow-skin-care-raih-best-brand-dengan-penjualan-eksklusif>
- Kenapa *Brand Ambassador Skincare* Sering Menggunakan Seleb Cowok. (2022, February 15). Cewek Banget ID. [Kenapa Brand Ambassador Skincare Sering Menggunakan Seleb Cowok? - CewekBanget \(grid.id\)](https://www.grid.id/kenapa-brand-ambassador-skincare-sering-menggunakan-seleb-cowok)
- Mulyaningtyas, Dyah. (2021, August 23). 5 Fakta Babe Cabita jadi *Brand Ambassador* Produk Kecantikan, jadi Sorotan. *Liputan 6*. <https://hot.liputan6.com/read/4639130/5-fakta-babe-cabita-jadi-brand-ambassador-produk-kecantikan-jadi-sorotan>
- Pangesti, Niken. (2021, March 1). Wow Ternyata Tren Perawatan Kulit untuk Cowok Makin Diminati, Simak Informasinya Yuk!. *Face to Feet*. <https://www.facetofeet.com/skincare/16029/wow-ternyata-tren-perawatan-kulit-untuk-cowok-makin-diminati-simak-informasinya-yuk>
- Pria Kini Lebih Banyak Beli Produk Kecantikan Dibanding Wanita. (2013, January 28). *Wolipop*. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-2153602/pria-kini-lebih-banyak-beli-produk-kecantikan-dibanding-wanita>
- Siahaan, Elvia A. (2018, September 21). 20 Persen Pria di Jakarta Peduli Merawat Kulit. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/511778/20-persen-pria-di-jakarta-peduli-merawat-kulit>
- Sofia, Lina. (2021, August 29). Awalnya Dihujat Habis-habisan Usai Jadi BA Produk Perawatan Kulit, Babe Cabiita dan Marshel Widiyanto Kini Banjir Dukungan, Ternyata Ini Alasan MS Glow Pilih 2 Komika Ini. *Grid Pop ID*. <https://pop.grid.id/read/302861629/awalnya-dihujat-habis-habisan-usai-jadi-ba-produk-perawatan-kulit-babe-cabiita-dan-marshel-widiyanto-kini-banjir-dukungan-ternyata-ini-alasan-bos-ms-glow-pilih-2-komi?page=all>
- Ulfa, Siti. (2017, August 29). Profil dan Biodata Babe Cabita, Aktor Sekaligus Pelawak Nan Sukses. *ANTV Klik*. <https://www.antvklik.com/hiburan/profil-dan-biodata-babe-cabiita>