

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *ENDORSER* PADA IKLAN MEDIA TELEVISI (ANALISIS MENGGUNAKAN METODE *EPIC MODEL*)

Oleh

Tristantia Anugrah

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Penggunaan *endorser* adalah salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran untuk menciptakan iklan yang efektif. Efektivitas iklan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan penjualan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan tingkat efektivitas sebuah iklan antara iklan televisi Yamaha Jupiter Z versi Komeng dan versi Jorge Lorenzo dengan menggunakan metode *EPIC model* pada mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang masih aktif sampai dengan tahun ajaran 2009/2010.

Penelitian yang mengambil populasi dan sampel pada mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung ini termasuk dalam jenis penelitian survei dengan alat pengumpulan data utama berupa kuesioner. Lembar kuesioner sendiri terbagi menjadi tiga bagian yaitu profil demografi responden, *brand awareness* dan pernyataan-pernyataan responden mengenai dimensi-dimensi *EPIC* yang meliputi dimensi *empathy*, dimensi *persuasion*, dimensi *impact* dan dimensi *communication*. Sampel penelitian ini diambil secara *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji reliabilitas, uji validitas dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai ketika responden melihat iklan televisi Yamaha Jupiter Z versi Komeng dibandingkan iklan televisi Yamaha Jupiter Z versi Jorge Lorenzo. Analisis metode *EPIC model* terhadap iklan televisi Yamaha Jupiter Z versi Komeng menghasilkan skor 4,465 terbukti lebih efektif dibandingkan iklan televisi Yamaha Jupiter Z versi Jorge Lorenzo yang memiliki skor nilai 4,387.

Kata kunci : Efektivitas Iklan, *EPIC Model*, *Endorser*