

# Endorsement @fadhiljaidi Sebagai Media Promosi di Era Disrupsi

Oleh :

Azahra Aqita Melyana

212022000139

Dosen Pembimbing :

Dr. Didik Hariyanto, M.Si

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

# Pendahuluan



Perkembangan internet membawa dampak signifikan pada dunia bisnis dan pemasaran. TikTok menjadi salah satu platform media favorit di Indonesia dengan jumlah pengguna yang terus meningkat hingga mencapai 92,2 juta pada Juli 2021. TikTok Shop dan fitur Affiliate telah dimanfaatkan oleh banyak pengguna untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan.

# Pendahuluan

Konsep *endorsement* digunakan sebagai kerangka analisis penelitian karena dianggap mampu merepresentasikan strategi promosi Fadil Jaidi untuk membantu pengguna jasanya dalam mencapai tujuan pemasaran. Sejalan dengan Dewi dan Kholifah (2022) yang menyebutkan bahwa *endorsement* merupakan salah satu strategi pemasaran yang dinilai efektif.

Melalui jalinan hubungan antar perusahaan dengan pelanggan dan/atau calon pelanggan berdasarkan konsep *endorsement*, Peneliti dapat menganalisis aspek dapat dipercaya, dikenali, keahlian, dan *attratctiveness* Fadil Jaidi dalam melakukan *endorsement*. Aspek-aspek tersebut diukur karena berperan sebagai indikator *endorsement* sebagaimana diadaptasi dari penelitian Costa (2024); Luthfina (2020); Potu et al. (2022); serta Putri dan Basiya (2024).

# Teori

## Dapat Dipercaya

- . Fadiljaidi ini menunjukkan kemampuan *endorser* dalam menyampaikan pesan yang berkaitan dengan produk. Kepercayaan tersebut merupakan buah persepsi khalayak terhadap *endorser*. Fadil Jaidi dari *brand deals* yang ia dapatkan.

## Dikenali

- Dikenali merupakan salah satu tolok ukur seseorang untuk disebut sebagai *influencer*.khususnya para pengguna media sosial (Mansur et al., 2024). Adapun *endorser* merupakan salah satu pekerjaan *influencer*. Dalam hal ini, Fadil Jaidi menegaskan bahwa ia memiliki aspek "dikenali" melalui akun *TikToknya*. Fadil juga menunjukkan bahwa ia merupakan seorang *endorser* yang dikenali dengan menggelar *showcase* miliknya di [@fadiljaidi](#).

## Endorsement

## Keahlian

- Keahlian merujuk pada keterampilan seorang *endorser* dalam menyampaikan pesan produk kepada konsumen sehingga konsumen mampu memiliki ketertarikan pada produk yang dipasarkan. Dalam kegiatannya sebagai *endorser*, Fadil Jaidi memanfaatkan fitur *TikTok Live Shopping* untuk menunjukkan keahliannya. Tampak bahwa salah satu *live shopping* yang dibawa oleh Fadil Jaidi dan koleganya, Ramzi, mampu menarik perhatian *netizen*.

## Attractiveness

- (Purba et al., 2023) mengemukakan bahwa daya tarik seorang *endorser* mampu mempengaruhi konsumen sehingga niat beli konsumen turut terpengaruh. Daya tarik yang dimaksud adalah keunggulan *endorser* tersebut, baik secara fisik dan/atau non-fisik, yang membuat ia beda dari *endorser* lain dan memiliki penontonnya sendiri. Hal ini dapat dilakukan apabila muncul kemampuan untuk membaca situasi yang terjadi di publik.kan.

# Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat

## Rumusan Masalah

Bagaimana efektivitas penggunaan endorsement oleh Fadhil jaidi sebagai media promosi di era disrupsi?

Bagaimana penerapan model AIDA dalam analisis pemasaran digital Live TikTok Shop @fadiljaidi si?

## Tujuan

Menganalisis efektivitas penggunaan endorsement oleh fadhiljaidi sebagai media promosi di era disrupsi .

Mengidentifikasi dampak endorsement oleh fadhiljaidi terhadap persepsi konsumen dan Keputusan pembeli

## Manfaat

Memberikan kontribusi pada literatur mengenai strategi promosi di era disrupsi khususnya dalam konteks endorsement

Membantu influencer lain dalam mengembangkan strategi endorsement yang efektif dengan mempertimbangkan perubahan tren konsumen di era disrupsi

# Metode Penelitian

## Jenis Penelitian

- Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial Tiktok khususnya dalam konteks pemasaran digital, dengan fokus pada strategi promosi yang dilakukan oleh akun fadhiljaidi menggambarkan fenomena dengan menganalisis konten-konten yang diposting oleh akun TikTok @fadiljaidi.

## Teknik Pengumpulan data

- Penelitian lapangan(field research)
- Observasi
- Wawancara
- Analisis media

## Informan Penelitian

- Melibatkan berbagai informan , penelitian mengenai penggunaan endorsement oleh fadhiljaidi media promosi di era disrupsi

## Sumber Data

- Jurnal dan Buku
- Situs resmi di internet
- Analisis media

# Pembahasan

## Dapat Dipercaya

Dapat disimpulkan bahwa menurut narasumber, konten TikTok @fadiljaidi sebagai media promosi telah sukses menarik perhatian dirinya dan *audience* lain. Tidak hanya itu, unsur pembuatan konten yang disisipkan aspek komedi di dalamnya, bagi narasumber mampu membuat postingan Fadil tersebut semakin populer dan mudah ditemukan. Di sisi lain, narasumber juga menyebutkan jika penggunaan efek visual yang menarik mulai dari membuat transisi hingga pemilihan musik populer.

## Desire (Keinginan)

Fadil Jaidi sering menyajikan konten yang kekinian, serta memberikan testimoni dan demonstrasi produk secara detail atau mengandung unsur persuasif di dalamnya. Penekanan terhadap *value* dan *benefits* yang dimiliki suatu produk, membuat penonton tertarik untuk mencobanya. Fadil juga sering kali melakukan interaksi yang seru dengan penontonya ketika melakukan promosi produk di kontennya, seperti melakukan *challenge* dan Q&A.

## Interest (Ketertarikan)

Dapat disimpulkan bahwa narasumber dan audience lain menunjukkan aspek ketertarikan di TikTok terhadap konten promosi produk @fadiljaidi. Penyampaian pesan persuasif yang membuat narasumber tertarik untuk menonton review produk di akun tersebut, yaitu karena penggunaan tema kekinian pada postingan Fadil cukup membuat penonton tertarik. Ditambah lagi dengan kualitas video di akun @fadiljaidi menggunakan gambar serta video yang dibuat secara kreatif, dengan disisipkan unsur cerita lucu dan menarik.

## Action (Tindakan)

Jawaban dari narasumber menggambarkan efektivitas konten yang diposting oleh @fadiljaidi mampu membuat dirinya ingin membeli produk yang dipromosikan karena konsistensi Fadil pada setiap video promosi yang dipostingnya untuk melakukan *Call to Action* sebagai bentuk ajakan persuasif untuk membeli produk tersebut. Fadil menyebutkan bahwa untuk membeli produk promosinya tersebut, penonton bisa melakukan klik pada tautan link di video tersebut atau mengunjungi toko online dan website dari produk yang ditawarkan.

# Kesimpulan

## •KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *endorsement* terbukti mampu menjaga eksistensi Fadil Jaidi sebagai salah satu *endorser* terkemuka di Indonesia. Fadil Jaidi dinilai sebagai *endorser* yang dapat dipercaya, dikenali, memiliki keahlian, dan daya tarik tersendiri. Sebagai seorang konten kreator, Fadil Jaidi memanfaatkan secara optimal aspek etika dan estetika komunikasi dalam seluruh konten iklan. Fadil berhasil menarik perhatian penonton dengan konten yang unik, menarik dan informatif. Fadil memanfaatkan platform TikTok untuk menyajikan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

