

ABSTRAK

Nama	: Bambang Yudoyono
N.I.M	: 2008 – 51 – 026
Judul	: Pengaruh Kredibilitas Raisa Sebagai Endorser Iklan TVC Shampo Sunsilk <i>Black Shine</i> Versi Raisa Terhadap Persepsi Warga RT.01 RW.10 Kelurahan Cawang
Jumlah Halaman	: 92 halaman, 3 gambar, 21 Tabel, 2 bagan
Kata Kunci	: Kredibilitas, Persepsi, dan Sunsilk <i>Black Shine</i> Versi Raisa
Daftar Pustaka	: 40 Buku, 1 Sumber lain

Menjaga penampilan bagi seorang wanita sudah menjadi kewajiban. Hal ini wajar dilakukan karena kaum hawa ingin selalu tampil cantik di mana pun dan kapan pun mereka berada.

Keinginan wanita untuk tampil cantik ini dimanfaatkan oleh para produsen untuk memproduksi berbagai macam kosmetik. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan adalah melalui strategi promosi. Salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan beberapa perusahaan dalam mempromosikan produknya adalah melalui periklanan.

Sunsilk pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 1952. Berawal dengan 1 varian shampo, kemudian secara terus menerus menciptakan formula terbaik dengan bahan-bahan tradisional seiring perubahan jaman.

Raisa Andriana akhirnya terpilih menjadi *brand ambassador* sekaligus *endorser* Sunsilk *Black Shine*. Penelitian ini sangat penting dilakukan sebagai evaluasi mengenai Raisa Andriana sebagai *endorser* yang mampu memberikan dampak pada persepsi konsumen.

Menurut Sutisna (2002:271), Kredibilitas adalah keahlian dan kepercayaan konsumen kepada sumber pesan.

Sedangkan menurut Mulyana (2001:181), Persepsi adalah penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (yakni indera peraba, indera penglihatan, indera penciuman, indera pengecap, dan indera pendengar), atensi, dan interpretasi.

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kredibilitas Raisa Sebagai Endorser Iklan TVC Shampo Sunsilk *Black Shine* Versi Raisa Terhadap Persepsi Warga RT.01 RW.10 Kelurahan Cawang, peneliti menggunakan metode *survey* yang menjadi metode dalam penelitian kuantitatif deskriptif.