

ABSTRAK

Iklan Shampoo Clear “Men” yang merupakan shampoo khusus pria dan berada diantara sekian banyaknya produk shampoo wanita, dimana shampoo wanita sekarang banyak digunakan/dikonsumsi oleh para kaum pria, di sini peneliti ingin mengetahui apakah dengan menggunakan *endoser*/bintang iklan yang terkenal seperti Cristiano Ronaldo seorang atlit sepak bola yang terkenal didunia, berparas tampan, memiliki body yang sangat atletis, didalam iklannya bisa menarik perhatian/memberikan ingatan kepada konsumen tentang produk yang di iklankan dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kredibilitas *endoser* Cristiano Ronaldo terhadap tingkat *recall audience* pada iklan shampoo clear “men” (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010)”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Elaboration Likelihood Model dan teori Kredibilitas Komunikator : Ethos. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan metode survai. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis korelasi product moment, Regresi linear Sederhana, t test (uji-t), dan R^2 (koefisien determinasi). Hasil analisis Regresi Linier Sederhana menunjukkan bahwa variabel *Kredibilitas Endoser* Cristiano Ronaldo mempunyai pengaruh positif terhadap *Recall Audience* pada Iklan shampoo clear “men”, dengan F statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 5,874 dan probabilitas t_{hitung} (p) = 0,007 pada taraf. Karena t_{hitung} (p) < 0,05 (0,007 < 0,05) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Kredibilitas Endoser* Cristiano Ronaldo berpengaruh signifikan terhadap *Recall Audience* pada Iklan shampoo clear “men”. Dapat dikatakan bahwa jika terjadinya kredibilitas yang tinggi dan khalayak mampu untuk mengelaborasi isi pesan dengan baik maka akan terbentuk atau terciptanya *recall*.

ABSTRACT

Clear Shampoo Advertisement “Men”, the special male shampoo in the dominated female shampoo products. That there are many female shampoo products are used by male, the researcher would like to investigate if the usage of well-known endorser/ stars like Cristiano Ronaldo as a football player that world-wide popular, a good looking man, and has an athletic body shape, could attract/ recall a memory to the consumers. In the other words, the study aimed to know the effect of the endorser Cristiano Ronaldo to the recall audience in the Clear Shampoo Advertisement “Men” (Study to the Students of UPN “Veteran” Yogyakarta Majoring Communication Science Year 2010)”. The theories used were Elaboration Likelihood Model and communicator credibility: ethos theory. The study was. The method was survey. The population was the students of UPN “Veteran” Yogyakarta Majoring Communication Science Year 2010. Sampling technique used *purposive sampling*. The analytical tools used were product moment correlation analysis, Simple Linier Regression, t-test, and R^2 . The result of Simple Linier Regression showed that endorser credibility of Cristiano Ronaldo had a positive impact to the recall audience in the UPN “Veteran” Yogyakarta Students Majoring Communication Science Year 2010, with the F statistic was $t_{\text{calculation}} = 5.874$ and probability of $t_{\text{calculation}} (p) = 0.007$. Because of $t_{\text{calculation}} (p) < 0.05$ ($0,007 < 0.05$), thus, H_0 is refused and H_a is accepted. Therefore, it could be concluded that endorser credibility of Cristiano Ronaldo was significantly affect the recall audience in the Clear Shampoo Advertisement “Men”. It could be argued that if the occurrence of high credibility and the audience is able to elaborate on the contents of the message properly it will form or the creation of a recall.