

## ABSTRAK

Iklan berfungsi untuk mempersuasi *potential buyer* atas produk yang ditawarkan dan secara langsung dapat mempengaruhi sikap konsumen. Dalam menampilkan iklan para pemasar dituntut untuk kreatif dan inovatif agar dapat menarik perhatian konsumen serta membawa minat dari konsumen untuk membeli, salah satunya dengan menggunakan endorser atau model iklan yang menarik dengan menggunakan selebriti (*public figure*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pekerja lapangan PT PLN (Persero) Kebumen terhadap daya tarik *endorser* iklan kuku bima versi atlet nasional. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, objek dalam penelitian ini adalah pekerja lapangan PT PLN (persero) Kebumen. Teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara serta studi kepustakaan. Hasil analisis menunjukkan daya tarik *endorser* dalam iklan Kuku Bima Energy versi atlet nasional menurut pekerja lapangan PT PLN (Persero) Kebumen termasuk positif, yang berarti bahwa *endorser* dalam iklan Kuku Bima Energy memiliki daya tarik yang baik dalam membintangi iklan Kuku Bima Energy, kebutuhan akan energy tambahan saat bekerja keras di lapangan, bisa direpresentasikan oleh para atlet nasional tersebut. kesamaan kebutuhan akan stamina yang kuat dalam aktifitas yang berat menjadikan daya tarik endorser semakin tinggi. Persepsi pekerja lapangan PT PLN (Persero) Kebumen terhadap daya tarik *endorser* iklan Kuku Bima versi atlet nasional adalah positif, artinya mereka setuju dengan pemilihan para atlet dalam iklan Kuku Bima karena para atlet ini dianggap memiliki kejujuran, niat baik dan citra yang positif sehingga Iklan ini mampu mendapatkan persepsi yang baik di kalangan pekerja lapangan PT PLN (Persero) Kebumen.

Kata kunci : Persepsi, Daya tarik endorser

## **ABSTRACT**

An advertisement has a function to persuade potential buyer on offered products and directly can influence customers' attitude. In displaying an advertisement, marketers are demanded to be creative and innovative to attract costumers' attention and bring their interest to buy. One of them is by hiring an attractive endorser or and ads model such as a public figure. The objective of this research is to know the perception of PT PLN (Persero) Kebumen field employees towards endorser's attractiveness of Kuku Bima Energy advertisement in national athlete version. The research method uses qualitative descriptive method, the object of this research are field employees of PT PLN (Persero) Kebumen. The data collection technique uses observation and interview and literary study. The analysis result indicates that according to field employees of PT PLN (Persero) Kebumen endorser's attractiveness on Kuku Bima Energy advertisement in national athlete version is positive. It means that the advertisement endorser has good attractiveness in starring Kuku Bima Energy advertisement. The need of additional energy during field work can be represented by the national athlete. The need similarity on strong stamina in heavy activity creates higher endorser's attractiveness. The perception of field employees of PT PLN (Persero) Kebumen towards the advertisement is positive. It means that they agree with athlete choice in Kuku Bima Energy advertisement because they are considered to have honesty, good intention and positive image so that this advertisement is able to get good perception in field employee groups of PT PLN (Persero) Kebumen.

Keywords: Perception, endorser's attractiveness.