

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN CRISTIANO RONALDO DI *E-COMMERCE*  
SHOPEE PADA TAHUN 2022 TERHADAP MINAT BELI REMAJA USIA 19-  
24 TAHUN DI CIREBON**



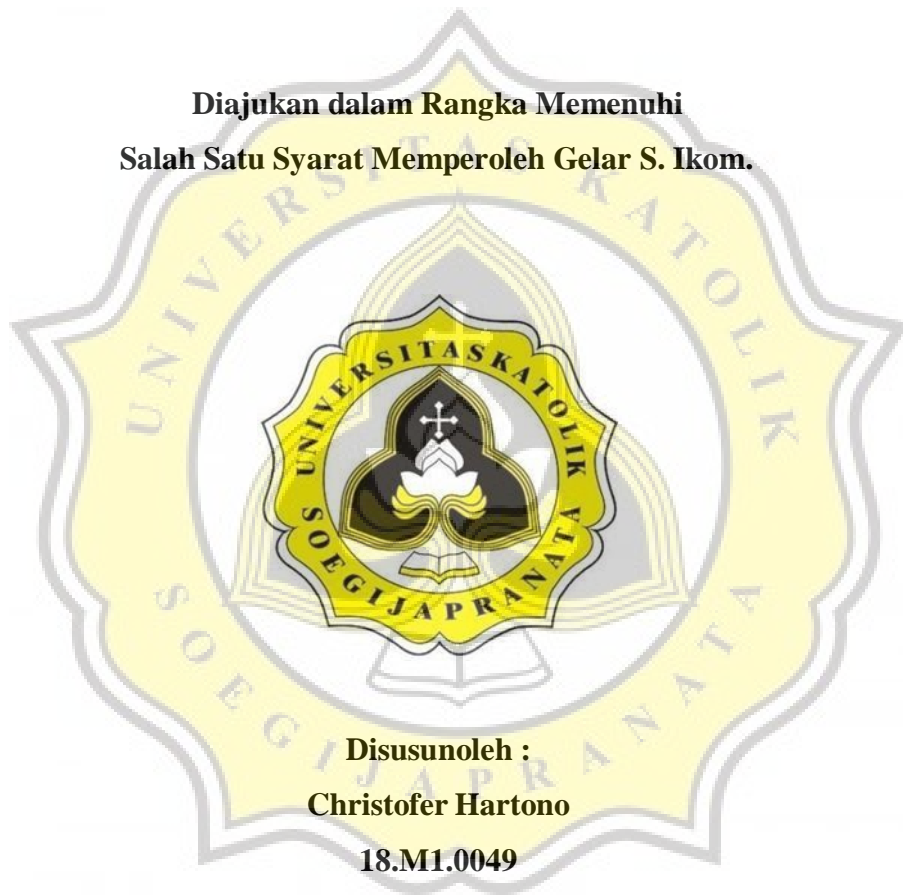
**Disusun oleh :  
Christofer Hartono  
18.M1.0049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2023**

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN CRISTIANO RONALDO DI *E-COMMERCE*  
SHOPEE PADA TAHUN 2022 TERHADAP MINAT BELI REMAJA USIA 19-  
24 TAHUN DI CIREBON**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi  
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar S. Ikom.**



**Disusunoleh :  
Christofer Hartono**

**18.M1.0049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2023**

## ABSTRAK

Iklan adalah proses informasi tentang produk dan penyampaian informasi yang baik akan menentukan minat beli. Iklan secara *e-commerce* dilakukan secara sedemikian rupa sehingga menentukan minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai dampak iklan Shopee dengan Cristiano Ronaldo terhadap minat beli remaja di kota tersebut. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi melibatkan remaja usia 19-24 tahun di Cirebon yang memiliki pengetahuan tentang iklan Cristiano Ronaldo di Shopee. Sampel terdiri dari remaja pria dengan kriteria yang sama. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan memainkan peran signifikan dalam membentuk minat beli konsumen. Meskipun ada kemungkinan bahwa beberapa responden merasa iklan kurang informatif, pandangan positif umumnya terkait dengan elemen-elemen kreatif, nama merek, tata letak, *tagline*, penawaran kupon, serta efektivitas iklan *online* dan ulasan di internet. Terkait dengan kasus Shopee, keterlibatan *endorsement* Cristiano Ronaldo sebagai duta merek dijelaskan sebagai strategi pemasaran yang berhasil, meningkatkan visibilitas, popularitas, dan daya tarik *platform*, serta menciptakan ikatan emosional antara merek dan konsumen. Ini secara keseluruhan memperkuat posisi Shopee dalam industri perdagangan elektronik.

Kata Kunci : *E-Commerce*, *Endorement*, Minat Beli



## **ABSTRACT**

*Advertising is a process of information about products and delivering good information will determine buying interest. E-commerce advertising is carried out in such a way as to determine purchasing interest. The aim of this research is to assess the impact of Shopee advertising with Cristiano Ronaldo on teenagers' buying interest in the city. The research methodology used is quantitative with an associative. The population involves teenagers aged 19-24 years in Cirebon who have knowledge about Cristiano Ronaldo's advertisements on Shopee. The sample consisted of male teenagers with the same criteria. Data collection was carried out using a questionnaire, and data analysis used SPSS version 25.0. The research results show that advertising plays a significant role in shaping consumer buying interest. Although it is possible that some respondents felt the advertisements were less informative, positive views were generally related to creative elements, brand names, layouts, taglines, coupon offers, as well as the effectiveness of online advertisements and internet reviews. Regarding the Shopee case, the involvement of endorsement Cristiano Ronaldo as a brand ambassador was described as a successful marketing strategy, increasing the visibility, popularity and attractiveness of the platform, as well as creating an emotional bond between the brand and consumers. This overall strengthens Shopee's position in the e-commerce industry.*

**Keywords:** *E-Commerce, Endorsement, Purchase Interest*