



FENOMENA SOSIAL ENDORSEMENT TERHADAP PELUANG BISNIS DAN PRESTASI
AKADEMIK MAHASISWI KOTA MEDAN

Oleh
Wisnu Rayhan Adhitya
Universitas Potensi Utama
Email: wisnurayhanadhitya@gmail.com

Abstrak

Perkembangan gaya hidup kini tampaknya semakin terlihat dalam berbagai bidang budaya populer salah satu contohnya adalah Endorsement. Endorsement ada saat ini pada jejaring sosial yaitu di jejaring sosial Instagram. Fenomena ini yang menjadi trend pada kalangan mahasiswa di Indonesia. Instagram mahasiswa sekarang memamerkan produk dari pelaku usaha atau perusahaan tersebut di akun pribadinya, ketika semakin banyak followers maka semakin besar kemungkinan produk itu akan lebih terlihat oleh kalangan luas. Hal yang menarik dalam endorsement ini ialah disaat era globalisasi mahasiswa berlomba-lomba untuk membuat daya tarik yang menawan dan kelihatan berbeda dari pada orang lain dan ini malah menjadi sebuah profesi sampingan untuk para mahasiswa dengan julukan “selebgram”. Tingginya gaya hidup sekarang membuat banyak mahasiswa melakukan hal yang bersifat kekinian dengan tampil eksis di sosial media. Sayangnya hal ini tidak hanya menghasilkan manfaat, tetapi juga dapat berdampak negatif bagi aktivitas akademiknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap permasalahan yang muncul dari profesi sampingan para mahasiswa sebagai selebgram, baik dampak positif pada aspek perekonomian dan bisnis individunya maupun dampak negatif terhadap pendidikan mereka.

Kata Kunci: Endorsement, Peluang Bisnis & Prestasi Akademik

PENDAHULUAN

Era globalisasi dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang dan kelompok komunitas seperti yang terjadi pada masa kini, dimana gaya hidup ketika diartikan sebagai mimik pada setiap orang yang digambarkan berdasarkan nilai moral orang tersebut di masyarakat. Karena itu life style dikatakan sebagai acuan hidup seseorang di dunia yang terjadi dalam kegiatan, minat, maupun pendapatnya. Fenomena ini juga melanda komunitas muda seperti mahasiswa khususnya. Pada saat ini banyak mahasiswa terbawa arus budaya moderen untuk menjadikan dirinya populer di lingkungan kampusnya. Pencitraan gaya hidup menjadi trend di kalangan kaum muda khususnya mahasiswa. Banyak pekerjaan menunjukkan bagaimana tepatnya seseorang dapat membentuk kepercayaan yang memikat orang lain hanya berdasarkan persepsi mereka secara metaforis melalui endorsement. Bahkan kalangan selebritis di negara maju juga menjadikan fenomena endorsement sebagai

pemikat bisnis proyek. Saat ini citra perempuan banyak dimanfaatkan oleh media sosial untuk kepentingan bisnis guna memperoleh keuntungan besar dengan memanfaatkan fisik perempuan yang mempunyai lekuk tubuh yang ideal serta paras ayu untuk menarik konsumen agar tertarik membeli produknya. Perlu diketahui bahwa sebelum hadirnya instagram ini tidak ada istilah endorse karena yang biasa memamerkan atau mengiklankan produk-produk hanyalah artis atau selebriti yang biasa kita tonton di televisi. Instagram muncul pada tahun 2010 yang dirancang oleh Kevin Systrom, namun semenjak adanya instagram masyarakat biasa pun juga bisa menjadi bintang iklan. Bedanya disini mahasiswa sekarang memamerkan produk tersebut di akun instagram pribadinya, semakin banyak followers maka semakin besar kemungkinan produk itu akan lebih terpublik sehingga banyak pengguna instagram yang berbondong-bondong untuk menaikkan jumlah followersnya agar bisa dilirik oleh pemilik produk untuk



.....
mempromosikan barang-barang mereka. Banyak cara yang dilakukan oleh mereka untuk menaikkan followersnya salah satunya merubah penampilan mereka agar lebih menarik dan modis. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan dengan memposting foto-foto yang lebih terbuka dan kekinian, pada hal sebelumnya mereka pun tidak pernah memposting foto-foto seperti itu. Besarnya biaya kebutuhan hidup masa sekarang beberapa mahasiswi sekarang mau melakukan hal yang kekinian atau tampil eksis disosial media untuk menghasilkan uang sesuai kebutuhan hidupnya ada juga melakukan hal yang seperti itu akibat pengaruh pola gaya hidup yang tinggi atau kelas sosial untuk bergaya sesuai dengan barang- barang yang branded atau asli produk luar negeri. Karena bergaya dengan barang produk luar maka mampu menaikkan kelas sosial mereka dan kelihatan berbeda dari kelas menengah bawah. Mengacu kepada permasalahan tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam tiga masalah utama yaitu (1) Pandangan mahasiswi terhadap gaya hidup sosial endorsement; (2) Prospek bisnis endorsement; (3) Dampak endorsement terhadap studi mahasiswi. Penelitian bertujuan untuk mengungkap pandangan kalangan mahasiswi menjadi selebgram untuk endorsement, dan mengungkap peluang bisnis endorsement serta dampak endorsement terhadap prestasi akademik mahasiswi. Dengan demikian penelitian bermanfaat untuk meberikan fakta hasil penelitian tentang endorsment sebagai peluang bisnis, khususnya bagi kalangan mahasiswi dan pengaruhnya bagi prestasi akademiknya.

LANDASAN TEORI

Iklan menjadi tumpuan bagi produsen yang menginginkan suatu produk yang dihasilkannya terlihat dan di minati oleh pelanggan. Iklan adalah suatu metode yang baik ketika digunakan oleh para konsumen dalam kapasitas yang lebih banyak. Ketika suatu iklan telah tersebar baik secara geografis pada suatu produk dan menggunakan metode penjualan cepat, maka suatu iklan tersebut mempengaruhi perilaku

konsumen untuk membeli suatu barang. Jika produk bisa diterima oleh konsumen, maka hal yang tepat adalah iklannya harus dibuat sekreatif mungkin. Ada pula endorsement yang sedang marak di jejaring sosial saat ini yaitu instagram. Instagram juga termasuk media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan remaja hingga orang dewasa untuk menampilkan gaya hidup mereka dan ada juga memanfaatkan untuk mempromosikan barang dagangannya ke dalam bentuk foto dan didukung oleh bantuan seseorang yang terkenal dalam media sosial yaitu instagram. Seseorang yang terkenal itu disebut selebgram (selebtriti instagram) yang melakukan endorse produk atau jasa untuk memasarkannya agar produk yang dipromosikan tersebut diketahui banyak orang melalui akun pribadi pengendorse ini (selebgram) dan tertarik untuk membelinya. Kata endorse sering terdengar dalam aktivitas kita sehari- hari, namun banyak yang tidak faham dengan arti kata endorse itu sendiri. Endorse adalah suatu aktivitas meningkatkan citra seseorang untuk menarik simpati banyak orang agar dapat mengikuti apa yang dilakukan oleh person atau orang yang populis tersebut. Fenomena ini memberi keuntungan pada banyak pihak yang mengesahkan atau memberikan dukungan dan berbagi keuntungan antara kedua belah pihak antara pebisnis dan pengendorse. Kebanyakan para selebgram dan orang-orang populer ini menggunakan endorse dan mengendorse sesuatu dengan menggunakan sosial media yaitu instagram. Aktivitas endorsement ini berawal dari pihak penjual online yang mengirimkan barang atau produknya kepada selebgram/orang populer, lalu sang selebgram/orang populer bersama produk tersebut dan menerangkan spesifikasinya dan mengunggahnya di akun instagramnya. Dalam sistem endorse ini dikenakan biaya pada penawar produk untuk pengendorse biaya yang akan dikeluarkan sesuai kepopuleran orang tersebut, kemudian tarif yang akan ditawarkan mulai dari puluhan, ratusan, hingga jutaan rupiah. Hal yang menarik dalam endorsement ini ialah disaat era globalisasi sekarang mahasiswi berlomba-lomba untuk



merubah gaya hidup dan berupaya menjadi daya tarik yang menawan dan kelihatan berbeda dari pada orang lain. Umumnya mereka keras untuk bekerja tampil menawan dengan mengubah penampilan dan tubuh mereka seperti memutihkan kulit tubuh, membeningkan wajah, memuluskan seluruh bagian tubuh, memakai make up dan membentuk badan yang lebih seksi. Selain itu tidak jarang pula memakai barang branded (merek luar negeri) agar diperhatikan orang banyak. Dalam hal endorse ini, pandangan masyarakat itu ada yang buruk dan baik. Buruknya yaitu ada beberapa hal yang membuat selebgram harus berpenampilan terbuka dengan tujuan menaikkan pengikutnya. Seseorang yang terkenal di media sosial Instagram biasanya memiliki pengikut. Umumnya mereka keras untuk bekerja tampil menawan dengan mengubah penampilan dan tubuh mereka. Tingginya gaya hidup sekarang membuat banyak mahasiswi melakukan hal kekinian dengan tampil eksis disosial media. Sayangnya hal ini tidak hanya menghasilkan manfaat, tetapi juga berdampak negatif bagi aktivitas akademiknya. *Endorsement* saat ini sedang ramai di media social. saat ini yaitu di jejaring sosial Instagram Media sosial mempunyai daya Tarik yang luar biasa dalam memanfaatkan konsumen untuk berinteraksi. Jika memakai keahlian seorang selebgram ketika mempromosikan suatu barang di social media tersebut haruslah berdampak baik bagi konsumennya. Besarnya biaya kebutuhan hidup masa sekarang ini membuat beberapa mahasiswi mau melakukan hal yang kekinian atau tampil eksis disosial media untuk menghasilkan uang sesuai kebutuhan hidupnya, ada juga melakukan hal yang seperti itu akibat pengaruh pola gaya hidup yang tinggi atau kelas sosial dalam pergaulannya untuk bergaya sesuai dengan barang-barang yang *branded* atau mewah dari produk luar negeri. Meskipun endorse ini menjanjikan penghasilan yang signifikan, tetapi dampak negatif tetap ada terhadap gaya hidup maupun hambatan akademik yang dialami oleh para mahasiswi. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan seseorang (mahasiswi) dalam bidang akademik maupun

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

berkarir. Ada yang sukses di kedua bidang tersebut, ada yang sukses di salah satu bidang bahkan tidak sedikit pula yang gagal dalam semua bidang tersebut. Disinilah peran mahasiswi dituntut mampu bersikap dan berperilaku secara benar agar mampu memanfaatkan dunia endorse sebagai peluang bisnis tetapi juga pemicu kesuksesan dalam bidang pendidikannya.

METODE PENELITIAN

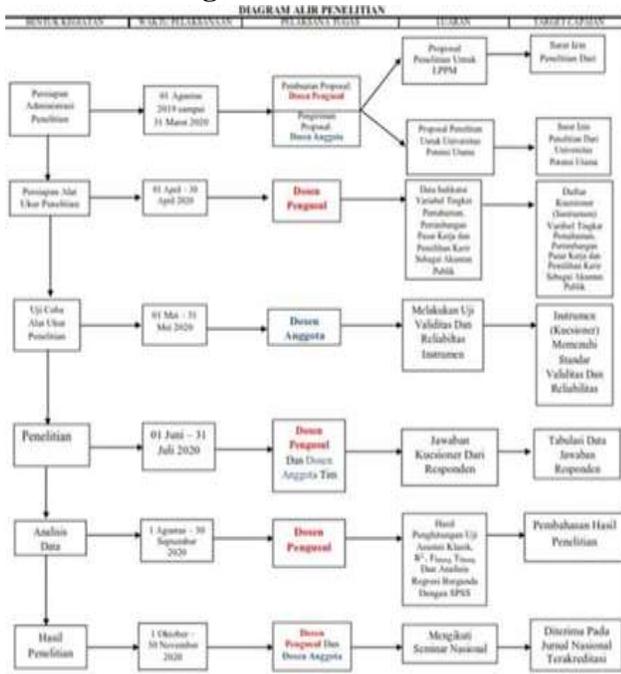
Penelitian ini merupakan penelitian ekspos fakto, dimana penelitian dilakukan setelah peristiwa apa yang akan diteliti terjadi. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu Persepsi terhadap endorse (X_1), Peluang bisnis endorse (X_2) dan satu variabel terikat yaitu Prestasi akademik (Y). Sampel penelitian adalah mahasiswa sebanyak 80 orang pada Universitas terkemuka di kota Medan, dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan ciri-ciri khusus sebagai syarat menjadi sampel agar dapat menjawab permasalahan penelitian.

Sebelumnya peneliti sudah melakukan pra-riset untuk mengumpulkan data-data mahasiswi yang terbilang populer pada lokasi kampus dan menerima endorse dari beberapa pihak yang kemudian dianggap cocok untuk menjadi sampel pada penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan menggunakan angket kuesioner yang didesain dengan skala Likert. Pada bagian akhir angket diberi ruang jawaban terbuka bagi responden untuk menjaring data yang tidak teridentifikasi pada item angket tertutup. Angket disusun mengacu kepada indikator, dan dilakukan validasi menggunakan analisis butir dengan teknik korelasi *product moment*, serta dilakukan uji validitas reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha*. Ketika menganalisis data menggunakan statistik deskriptif dan uji hipotesis untuk membuktikan pengaruh persepsi endorse dan profesi bisnis sebagai selebgram terhadap prestasi akademik mahasiswa yang dilakukan melalui uji *multiple corelation and regression* pada $\alpha=5\%$. Pengujian hipotesis didahului dengan uji persyaratan regresi yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji heteroskedastisitas data serta



uji multikolinearitas data. Prosedur penelitian dilakukan dalam beberapa tahap. Diagram berikut memperlihatkan bentuk kegiatan, waktu pelaksanaan, pelaksana tugas, luaran dan target capaian berisi prosedur pengambilan data, teknik analisis data, serta hal lain yang berkaitan dengan isi jurnal.

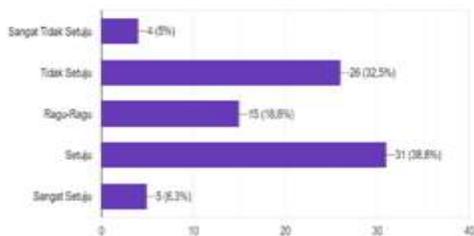
Gambar 1. Diagram Alur Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN
Statistik Deskriptif Persepsi terhadap endorsement

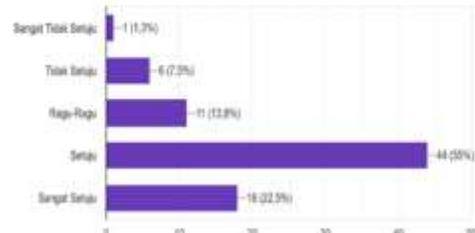
Gambar 2. Hasil Statistik Deskriptif

1. Endorsement adalah sebuah hobi berfoto dan jalan-jalan agar tetap eksis di sosial media
80 tanggapan



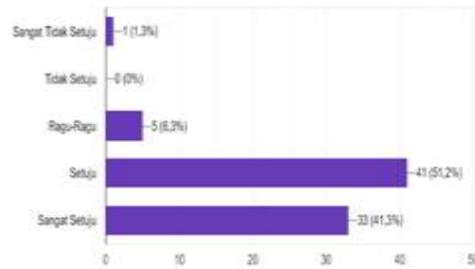
Gambar 3. Hasil Statistik Deskriptif

3. Endorsement membuat pribadi menjadi lebih terkenal dan memiliki pengikut yang banyak di media sosial
80 tanggapan



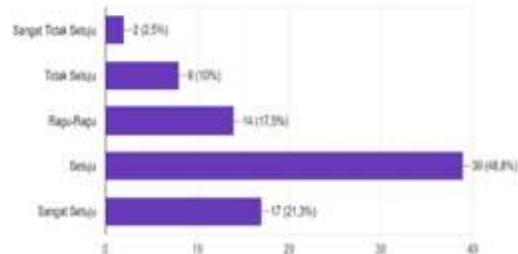
Gambar 4. Hasil Statistik Deskriptif

4. Endorsement merupakan pekerjaan sampingan yang sangat menguntungkan dan menyenangkan
80 tanggapan



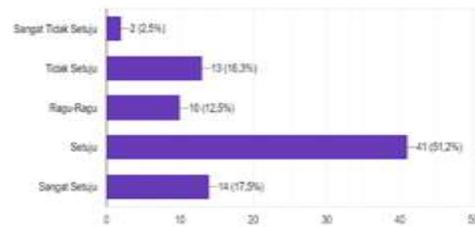
Gambar 5. Hasil Statistik Deskriptif

5. Endorsement merupakan gaya hidup anak muda saat ini
80 tanggapan



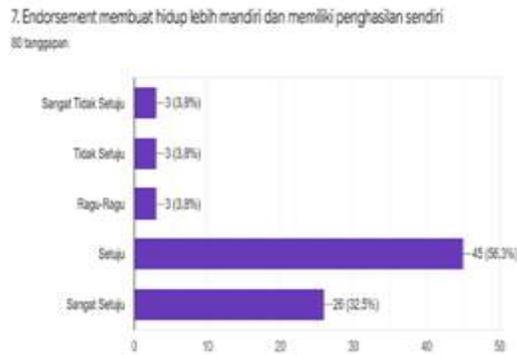
Gambar 6. Hasil Statistik Deskriptif

6. Endorsement membuat pribadi lebih menjaga penampilan diri
80 tanggapan

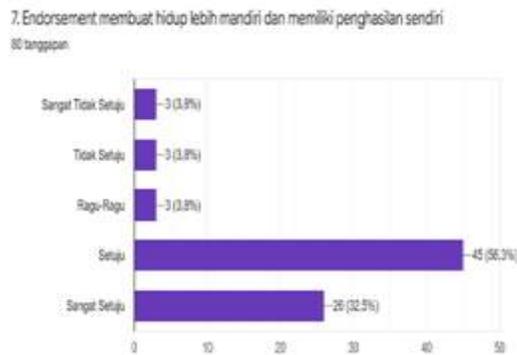




Gambar 7. Hasil Statistik Deskriptif



Gambar 8. Hasil Statistik Deskriptif



Statistik Deskriptif Peluang Bisnis

Gambar 9. Hasil Statistik Deskriptif



Gambar 10. Hasil Statistik Deskriptif



Gambar 11. Hasil Statistik Deskriptif



Gambar 12. Hasil Statistik Deskriptif

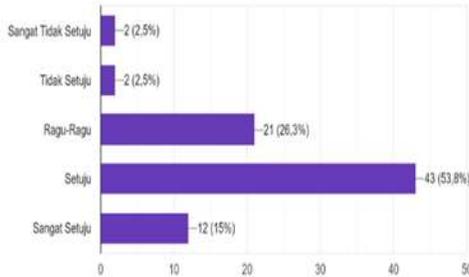


6. Endorsement m
80 tanggapan
Sangat Tiak Se
Tiak Se
Ragu-R
Se
Sangat Se



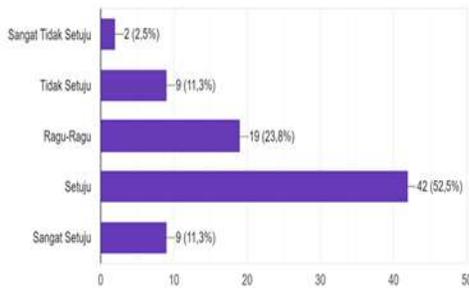
Gambar 13. Hasil Statistik Deskriptif

5. Selebgram lebih memprioritaskan perusahaan yang memberikan kontrak jangka panjang kepada selebgram untuk mengendorse produknya
80 tanggapan



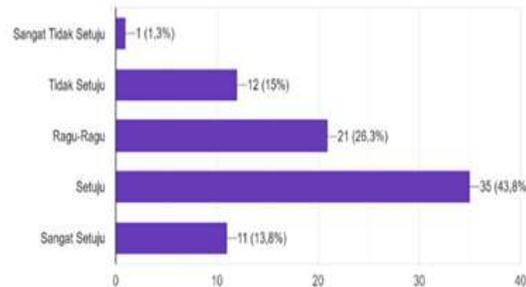
Gambar 14. Hasil Statistik Deskriptif

6. Endorsement membuat selebgram diundang pada acara tertentu sebagai pembicara
80 tanggapan



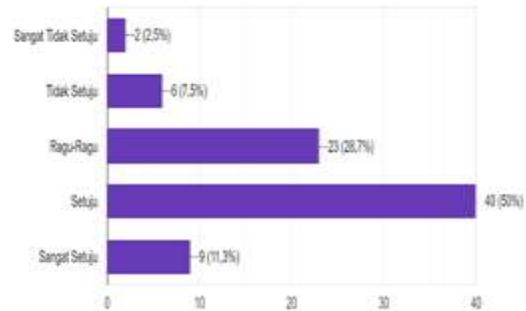
Gambar 15. Hasil Statistik Deskriptif

7. Dengan memanfaatkan popularitas hasil endorsement, selebgram mulai melebarkan karirnya ke dunia akting dan musik agar bisa lebih populer lagi
80 tanggapan



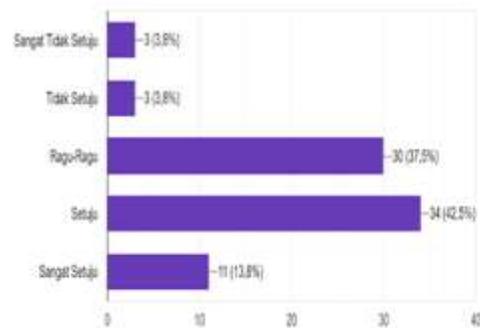
Statistik Deskriptif Prestasi Akademik
Gambar 16. Hasil Statistik Deskriptif

1. Selama menjadi selebgram dan menerima endorsement perkuliahan tetap berjalan lancar dan tidak ada masalah
80 tanggapan



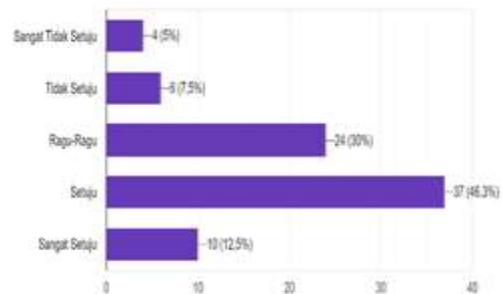
Gambar 17. Hasil Statistik Deskriptif

2. Hasil studi dari setiap mata kuliah tetap stabil dan baik selama menjadi selebgram
80 tanggapan



Gambar 18. Hasil Statistik Deskriptif

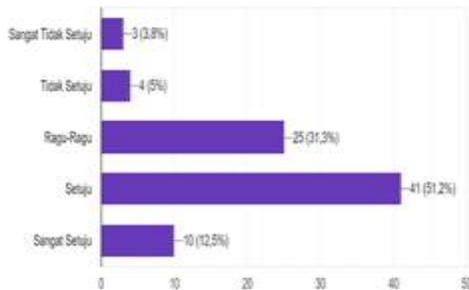
3. Tugas dari dosen di setiap mata kuliah baik itu individu dan kelompok tetap bisa dikerjakan tanpa ada masalah ketika pekerjaan endorsement sedang ramai harus dikerjakan
80 tanggapan





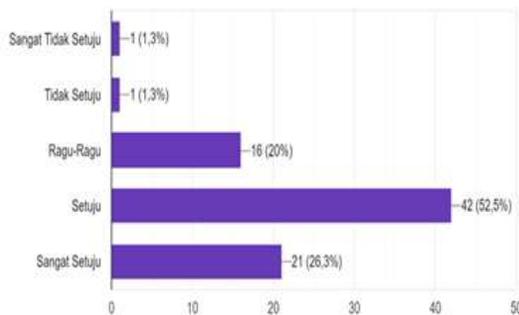
Gambar 19. Hasil Statistik Deskriptif

4. Memiliki pekerjaan sampingan sebagai selebgram yang menerima endorsement tidak mengganggu produktivitas sebagai mahasiswa
80 tanggapan



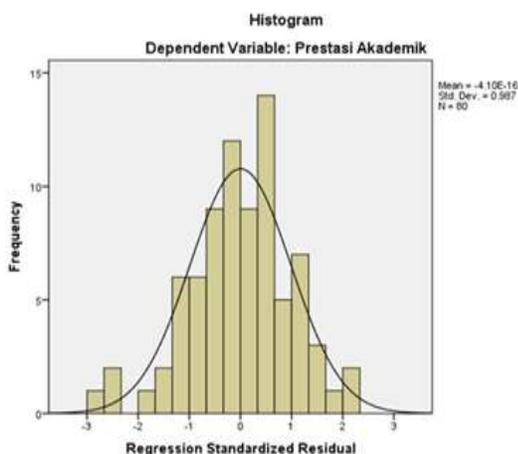
Gambar 20. Hasil Statistik Deskriptif

5. Menjadi selebgram tetap bisa memiliki prestasi akademik yang baik di lingkungan universitas
80 tanggapan



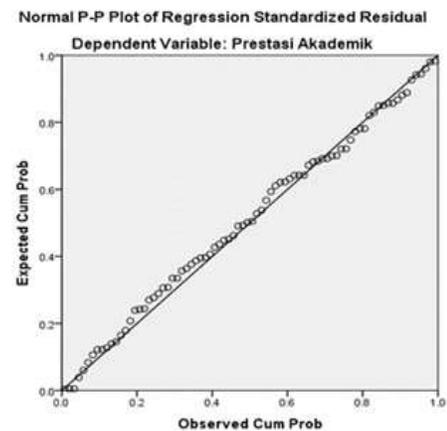
Uji Normalitas Data

Gambar 21. Histogram Penelitian



Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini dapat ditunjukkan oleh garis mengikuti atau mendekati distribusi normal, dengan gambar berbentuk seperti lonceng, sedangkan pada gambar tersebut juga terlihat garis yang mengikuti titik berbentuk lonceng, hal ini berarti data berdistribusi normal.

Gambar 22. Histogram Penelitian



Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini dapat ditunjukkan oleh gambar dimana titik-titik tersebut yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, sedangkan pada gambar dapat juga terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal, hal ini berarti data berdistribusi normal.

Tabel 1. Kolmogorov-Smirnov Tes

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters, b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,28799316
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,039
	Negative	-,050
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d

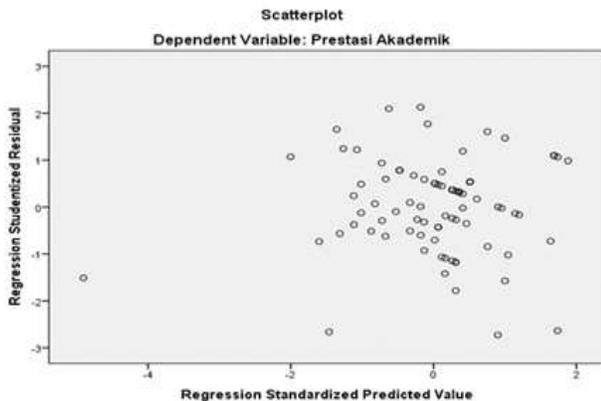
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel tersebut terlihat bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,200 ini berarti nilainya diatas nilai signifikan 5% (0,05). Dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi secara baik dan normal.



Uji Heterokedastisitas

Gambar 23. Scatterplot Penelitian



Ketika varians tersebut residual pada pengamatan ke pengamatan lain konstan, sehingga homokedastisitas, jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi sehingga yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Berdasarkan plot data yang diproses dari hasil perhitungan SPSS pada gambar tersebut terlihat bahwa sebaran data tidak mengumpul pada satu sudut atau satu bagian saja melainkan sebaran data menyebar pada keseluruhan bagian. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada data, sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian ini homogen.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Collinearity Tes

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.941	2.514			2.363	.021					
Persepsi Terhadap Endorsement	.185	.130	.219		1.427	.158	.452	.161	.141	.418	2.393
Peluang Bisnis Endorsement	.274	.137	.306		1.993	.050	.473	.222	.198	.418	2.393

a. Dependent Variable: Prestasi Akademik

Berdasarkan Tabel tersebut dapat terlihat bahwa :

1. Nilai VIF dari variabel Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement lebih kecil atau dibawah 5 (VIF < 5), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar independen dalam model regresi.

2. Nilai Tolerance dari variabel Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement lebih besar dari 0,1. Ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Regression Tes

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.941	2.514			2.363	.021
	Persepsi Terhadap Endorsement	.185	.130	.219		1.427	.158
	Peluang Bisnis Endorsement	.274	.137	.306		1.993	.050

a. Dependent Variable: Prestasi Akademik

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,941 + 0,185 X1 + 0,274 X2 e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = 5,941. Nilai ini memiliki arti bahwa Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement dianggap konstan maka prestasi akademik mahasiswi di kota Medan (Y) mengalami peningkatan sebesar 5,941.
2. Koefisien X1 = 0,185. Variabel Persepsi Terhadap Endorsement terhadap Prestasi Akademik pada mahasiswi di kota Medan dengan koefisien regresi sebesar 0,185. Ini memiliki arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Persepsi Terhadap Endorsement sebesar 1 satuan, maka Prestasi Akademik akan meningkat sebesar 0,185.
3. Koefisien X2 = 0,274. Variabel Peluang Bisnis Endorsement terhadap Prestasi Akademik mahasiswi di kota Medan dengan koefisien regresi sebesar 0,274. Ini memiliki arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Peluang Bisnis Endorsement sebesar 1 satuan, maka Prestasi Akademik akan meningkat sebesar 0,274.



4.8 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Determination Tes

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.243	.224	3.330

a. Predictors: (Constant), Peluang Bisnis Endorsement, Persepsi Terhadap Endorsement
b. Dependent Variable: Prestasi Akademik

Berdasarkan hasil pengujian identifikasi determinasi pada Tabel tersebut menunjukkan bahwa :

1. R = 0,493 artinya hubungan (relation) antara Persepsi Terhadap Endorsement Peluang Bisnis Endorsement terhadap Prestasi Akademik adalah 49,3% yang berarti memiliki hubungan yang tidak erat. Semakin besar nilai R berarti hubungan antara variabel menjadi semakin erat.
2. Adjusted R Square sebesar 0,224 berarti 22,4% faktor-faktor mengenai Endorsement dapat dijelaskan oleh Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement. Sedangkan sisanya 77,6% sehingga dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.
3. Standart Error of Estimated artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Standart error of Estimated juga bisa disebut standar deviasi. Dari tabel di atas Standart Error of Estimated adalah 3,330. Semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik.

Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Tabel 5. Anova Tes

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.770	2	137.385	12.387	.000 ^b
	Residual	854.030	77	11.091		
	Total	1128.800	79			

a. Dependent Variable: Prestasi Akademik

b. Predictors: (Constant), Peluang Bisnis Endorsement, Persepsi Terhadap Endorsement

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F pada Tabel diatas memperlihatkan nilai Fhitung sebesar 12,387 dengan Sig 0,000. Dengan mengacu kepada Tabel F, dengan dfl=2 dan df2=77, diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,12. Dengan kondisi Fhitung lebih besar daripada Ftabel (12,387 > 3,12) dengan nilai Sig 0,000 yang berarti juga lebih kecil nilai sig tersebut dari alpha 5% (0,000 < 0.05), maka kesimpulan dapat diambil adalah variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Prestasi Akademik pada mahasiswi di kota Medan.
2. Kolom pertama dari uji ANOVA yaitu kolom regresi, adalah jumlah kuadrat dari varians yang dihasilkan oleh model persamaan regresi, yaitu sebesar 274,770 sedangkan kolom kedua yaitu residual adalah jumlah kuadrat varians yang tidak dihasilkan dari model persamaan regresi yaitu sebesar 854,030.

Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Tabel 6. Coefficients Tes

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.770	2	137.385	12.387	.000 ^b
	Residual	854.030	77	11.091		
	Total	1128.800	79			

a. Dependent Variable: Prestasi Akademik

b. Predictors: (Constant), Peluang Bisnis Endorsement, Persepsi Terhadap Endorsement

Berdasarkan Tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai thitung variabel Persepsi Terhadap Endorsement sebesar 1,427 dan nilai signifikannya sebesar 0,158. Kemudian nilai distribusi tabel t sebesar 1,668.



Artinya nilai thitung < ttabel (1,427 < 1,668) maka variabel Persepsi Terhadap Endorsement tidak berpengaruh terhadap Prestasi Akademik Mahasiswi di kota Medan.

2. Nilai thitung variabel Peluang Bisnis Endorsement sebesar 1,993 dan nilai signifikannya sebesar 0,050. Kemudian nilai distribusi tabel t sebesar 1,668. Artinya nilai thitung > ttabel (1,993 > 1,668) maka variabel Peluang Bisnis Endorsement berpengaruh terhadap Prestasi Akademik Mahasiswi di kota Medan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian terjawab sudah masalah yang ada dalam penelitian ini. Pertama, Persepsi Terhadap Endorsement tidak berpengaruh terhadap Prestasi Akademik Mahasiswi di kota Medan. Sudut pandang dari Mahasiswi yang menjadi selebgram dan menerima banyak endorsement pada kenyataannya membuat mereka tidak khawatir terhadap profesi sambilannya yang berakibat kepada prestasi akademik di kampus masing-masing. Dapat dilihat bahwa fakta pada hasil penelitian mengungkapkan bahwa dengan memiliki profesi sambilan sebagai selebgram yang aktif dalam dunia sosial media tetap membuat mereka yakin dan konsisten terhadap prestasi akademiknya. Kedua, Peluang Bisnis Endorsement berpengaruh terhadap Prestasi Akademik Mahasiswi di kota Medan. Fakta mengungkapkan hal yang berbeda terhadap variabel kedua ini. Dimana peluang bisnis endorsement memiliki dampak terhadap prestasi akademik para Mahasiswi di Kota Medan. Dampak yang dimaksud disini ada dua, yaitu dampak positif yang membuat kehidupan perekonomian mengalami kenaikan, memiliki sikap mandiri dalam mencari penghasilan dan mampu berfikir maju dengan berani terjun di industri ekonomi kreatif. Kemudian dampak selanjutnya adalah prestasi akademik mahasiswi mengalami penurunan. Penyebabnya adalah

ketika para Mahasiswi mendapatkan tawaran terus menerus dari para pelaku usaha atau perusahaan yang menggunakan jasa mereka sebagai Brand Ambassador produknya, membuat kesibukan para mahasiswi terhadap profesinya semakin padat. Misalnya dalam 1 bulan seorang mahasiswi mendapatkan 10 tawaran endorsement dan harus rutin mengikuti jadwal kegiatan untuk pengambilan foto, pembuatan video, wawancara bahkan di undang untuk siaran di radio secara langsung membuat mahasiswi tidak memiliki waktu lagi untuk belajar, mengerjakan tugas, bahkan bisa saja tidak hadir dalam perkuliahan. Pada dasarnya para mahasiswi ini harus ingat, profesi sebenarnya mereka ini adalah seorang pelajar perguruan tinggi, bukanlah seorang artis yang dimana harus bisa memprioritaskan kepentingan pendidikan dari pada hal lainnya. Ketiga, Persepsi Terhadap Endorsement dan Peluang Bisnis Endorsement secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu Prestasi Akademik pada mahasiswi di kota Medan. Ketika secara bersama-sama kedua permasalahan dalam penelitian ini di uji terhadap prestasi akademik memiliki pengaruh yang positif. Intinya adalah para Mahasiswi yang memiliki profesi sambilan sebagai selebgram ini harus pintar dalam membagi waktu untuk belajar dan bekerja, kemudian juga harus cerdas dalam memilih langkah yang terbaik untuk masa depannya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penelitian ini, yaitu antara lain; Bapak Bob Subhan Riza, ST, M.Kom selaku Ketua Yayasan Potensi Utama, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan sehingga pengembangan ilmu di Universitas Potensi Utama Medan dapat terus berkembang. Kepada Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (RISTEK-DIKTI) yang telah memberi dukungan financial terhadap penelitian ini. Serta rekan-rekan di Universitas Potensi Utama Medan, dan semua pihak yang tidak bisa



disebutkan satu persatu, yang telah memberikan saran, kritik, dan doanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A, Shimp, Terence. 2003. Periklanan dan Promosi, Erlangga, Jakarta
- [2] Federico, Bongiorno. 2019. Is the Capgras delusion an endorsement of experience? Mind and Language, DOI: 10.1111/mila.12239. John Wiley & Sons Ltd
- [3] Alexander P. Schouten, Loes Janssen & Maegan Verspaget. 2019. Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. International Journal of Advertising, DOI:10.1080/02650487.2019.1634898. Published online: 02 Jul 2019. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>.
- [4] Audifax., Gaya Hidup. Saifudin, Ed: Adlin, Alfathri., Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas. Bandung: Jalasutra, 2006.
- [5] Ankaniscara, Palagan, "Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement pada Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus: Peter Says Denim. Tesis Pascasarjana, Fakultas Ekonomi Program Magister Manajemen Universitas Indonesia, Jakarta, 2012.
- [6] Belch, George E, Michael A. Belch. 2004. Advertising and promotion: An Integrated. Marketing communication Perspective. Sixth Edition. New York: McGraw.
- [7] Fiske, John., Memahami Budaya Populer, Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- [8] Malhotra. 2005. Riset Penelitian. Jakarta: Gramedia Putaka Utama.
- [9] Miciak, A. R & Shanklin, W. L. 1994. Choosing Selebrity Endorses. Marketing Managemen. Vol.3, 50-59.
- [10] Fatih Azka, Dendih Fredi Firdaus, Elisa Kurniadewi, 2018. Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi, Volume 5, Nomor 2, 2018: 201-210.
- [11] Royan, Frans M, Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2005.
- [12] Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Research & Developement. Bandung: Alfabeta