

## ABSTRAK

**Nurhikma Ramadhani, Pengaruh Endorse Selebgram Fadil Jaidi terhadap Sikap Pengguna Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa di Makassar.**

(Dibimbing oleh Wardah,S.Sos.,M.A dan Dian Muhtadiah Hamna, S.IP.,M.I.Kom)

Penelitian ini mengkaji pengaruh endorse selebgram terhadap sikap pengguna media sosial Instagram, terutama di kalangan mahasiswa di Makassar, kota besar dengan populasi mahasiswa yang signifikan di Indonesia.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian korelasional. Variabel bebasnya adalah Pengaruh Endorse Selebgram Fadil Jaidi, yang melibatkan kesesuaian, kredibilitas, dan kepercayaan terhadap endorser. Sedangkan variabel terikatnya adalah sikap pengguna media sosial Instagram, termasuk aspek kognitif, afektif, dan perilaku.

Hasil penelitian menunjukkan korelasi yang signifikan antara endorse Fadil Jaidi dengan sikap pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa di Makassar. Nilai korelasi kuat (0.788) menegaskan pengaruh endorse terhadap sikap pengguna media sosial Instagram, menunjukkan adanya keterkaitan yang substansial antara kedua variabel tersebut.

**Kata Kunci : Endorsement Selebgram, Fadil Jaidi, Sikap Pengguna Media Sosial, Instagram, Mahasiswa, Makassar, Pengaruh, Persepsi**