

“Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap

***Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya”**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Stevie Marcellina

NRP: 1423017034

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2020

Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap

***Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun oleh:

Stevie Marcellina

1423017034

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stevie Marcellina

NRP : 1423017034

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul

Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap *Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 18 Januari 2021

Penulis,



Stevie Marcellina

NRP. 1423017034

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PENGGUNAAN BTS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*

TOKOPEDIA TERHADAP *BRAND IMAGE* TOKOPEDIA PADA

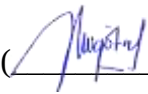
MASYARAKAT SURABAYA

Oleh:

Stevie Marcellina

1423017034

skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan kepada dosen penguji skripsi.

Pembimbing 1 : Brigitta Revia. S., S.I.Kom., M.Med.Kom ()

NIDN. 0715108903

Pembimbing 2 : Yuli Nugraheni, S.sos.M.Si. ()

NIDN. 0630077303

Surabaya, 16 Desember 2020

LEMBAR PENGESAHAN

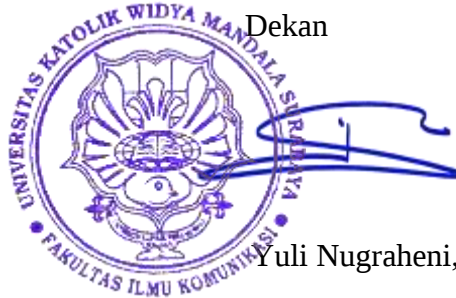
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : 16 Desember 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

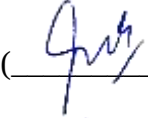
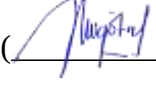
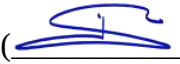
Dekan



Yuli Nugraheni, S.S.os., M.Si

NIDN. 0630077303

Dewan penguji

- | | | |
|---------------|---|---|
| 1. Ketua | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0702087602 | () |
| 2. Sekretaris | : Brigitta Revia. S., S.I.Kom., M.Med.Kom
NIDN. 0715108903 | () |
| 3. Anggota | : Dr.Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602 | () |
| 4. Anggota | : Yuli Nugraheni, S.sos.M.Si.
NIDN. 0630077303 | () |

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Stevie Marcellina

NRP : 1423017034

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU skripsi saya, dengan judul

Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap *Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2021

Yang menyatakan



Stevie Marcellina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan puji, hormat dan ucapan syukur yang tidak pernah cukup peneliti panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa dan semesta, karena atas rahmat dan izin-Nya semata, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap *Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya dengan baik. Skripsi ini peneliti persembahkan khusus kepada orang tua, saudara/saudari kandung dan orang-orang sekitar yang telah bersedia memberi dukungan moral pada setiap proses pengerjaannya.

Surabaya, 16 Desember 2020

Stevie Marcellina

KATA PENGANTAR

Mengawali perjalanan ini, peneliti hendak menghanturkan syukur atas segala kebaikan dan rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa dan semesta. Karena berkat rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Penggunaan BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap *Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya”.

Selama pengerjaan hingga selesainya skripsi ini, peneliti mendapat banyak dukungan dan bantuan dari beberapa pihak yang berperan besar bagi peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang hanya atas kasih karunia-Nya, skripsi ini bisa selesai sebagaimana adanya sekarang.
2. Kedua orangtua dan saudara kandung peneliti yang selalu menyemangati, menjadi wadah di saat peneliti sudah mencapai titik lelahnya dan percaya kepada peneliti agar peneliti dapat terus bertumbuh dan berkembang dengan caranya sendiri.
3. Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing 1 yang selain membimbing dan membantu, juga menyemangati dan memberikan dukungan agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Yuli Nugraheni, S.Sos. M.Si selaku dekan dan dosen pembimbing 2 yang telah menyediakan waktu untuk membimbing, membantu, dan mendukung penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
5. Dr.Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si dan Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen penguji yang sudah bersedia menguji peneliti sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada peneliti selama menempuh perkuliahan di Widya Mandala.
7. Yasinta Kadek, Vinia Febrianita, dan Gabriel Vallentino yang sudah menemani selama perjalanan kuliah dari semester awal hingga akhir. Mengerjakan tugas bareng hingga subuh dan sampai kecopet, menjadi teman curhat dan selalu memberi energi dan pengaruh positif kepada peneliti.
8. Klaudia Dian, Vannesa Lie dan teman-teman pengaruh anak pembimbing 1 bu Gita yang selalu menjadi teman dalam mengerjakan skripsi, saling curhat dan membantu dalam proses pembuatan skripsi.
9. Teman-teman satu angkatan seperjuangan tahun 2017 lainnya terutama anak kelas B yang selalu bersama-sama dan juga memberikan semangat dan bantuan pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook dan Tokopedia yang membuat

peneliti menemukan judul untuk penelitian ini dan menggunakannya hingga lulus.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini, masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap agar mendapatkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih.

Surabaya, 16 Desember 2020

Stevie Marcellina

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2. Rumusan masalah.....	10
I.3. Tujuan Penelitian	10
I.4. Batasan Masalah	11
I.5. Manfaat Penelitian:	11
I.5.1. Manfaat teoritis.....	11
I.5.2. Manfaat praktis	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1. Penelitian Terdahulu	12
II.2. Kerangka Teori	20
II.2.1. Hubungan antara <i>brand ambassador</i> dengan <i>brand image</i>	20
II.2.2. <i>Brand Ambassador</i>	20
II.2.3. Periklanan	22
II.2.4. <i>Brand Images</i>	23
II.3. Nisbah Antar Konsep	25
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	27

II.5. Hipotesis.....	28
BAB III. METODE	29
III.1. Pendekatan dan jenis penelitian	29
III.2. Metode	30
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	31
III.4. Definisi Konseptual	32
III.4.1. <i>Brand ambassador</i>	32
III.4.2. <i>Brand images</i>	32
III.5. Definisi Operasional	33
III.5.1. Brand ambassador	33
III.5.2. Brand Images	35
III.6. Populasi dan Sampel.....	37
III.7. Teknik Penarikan Sampel	38
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	39
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	40
III.9.1. Uji Validitas.....	40
III.9.2. Uji Reliabilitas	41
III.9.3. Uji Normalitas.....	42
III.9.4. Uji Linieritas	42
III.10. Teknis Analisis Data.....	42
III.10.1. Coding	42
III.10.2. Skala Interval	43
III.10.3. Statistik Inferensial.....	44
III.10.3.1 Uji Kolerasi.....	44
III.10.3.2 Uji Regresi	46
III.10.3.3 Uji Hipotesis	47
III.10.4. Tabulasi Silang.....	48
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	50
IV.1.1. Masyarakat Surabaya usia 18-34 tahun dan pengguna Tokopedia.....	50

IV.2 Uji Validitas dan Realibilitas	51
IV.2.1 Uji Validitas.....	51
IV.2.2. Uji Reliabilitas	53
IV.3. Temuan Data dan Pembahasan	54
IV.3.1. Identitas Responden	54
IV.3.2. Deskripsi Variabel X (Penggunaan BTS Sebagai <i>Brand Ambassador</i>) .	57
IV.3.3. Interval Pengukuran <i>Brand ambassador</i>	65
IV.3.4. Total Skala Interval Variabel <i>Brand Ambassador</i>	66
IV.3.5 Deskripsi Variabel Y (<i>Brand Image</i> Tokopedia).....	67
IV.3.6. Total Skala Interval Variabel <i>Brand Image</i>	74
IV.3.7. Total Skala Interval Variabel <i>Brand Image</i>	75
IV.4 Analisis Data	76
IV.4.1 Uji Korelasi	76
IV.4.2. Uji Normalitas	78
IV.4.3. Uji Linearitas	79
IV.4.4. Uji Regresi Linear Sederhana.....	80
IV.4.5. Uji Signifikansi Hipotesis	81
IV.4.6 Analisis Tabulasi Silang.....	82
IV.4.6.1. Analisis Tabulasi Silang identitas dengan <i>brand ambassador</i>	82
IV.4.6.2. Analisis Tabulasi Silang identitas dengan <i>brand image</i>	86
IV.4.6.3. Pembahasan Pengaruh Penggunaan <i>Brand Ambassador</i> BTS terhadap <i>Brand Image</i> Tokopedia.....	91
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
V.1. Kesimpulan.....	93
V.2. Saran	94
V.2.1 Saran Akademis	94
V.2.2. Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel IV. 1. Hasil Uji Validitas	51
Tabel IV. 2. Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador	52
Tabel IV. 3. Hasil Uji Reliabilitas Brand Image.....	53
Tabel IV. 4. Identitas Responden mengenai Usia	54
Tabel IV. 5. Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	54
Tabel IV. 6. Identitas Responden Mengenai Domisili	55
Tabel IV. 7. Deskripsi Elemen Visibility Pada Variabel Brand Ambassador	56
Tabel IV. 8. Deskripsi Elemen Credibility Pada Variabel Brand Ambassador	58
Tabel IV. 9. Deskripsi Elemen Attractiveness Pada Variabel Brand Ambassador	61
Tabel IV. 10. Deskripsi Elemen Power Pada Variabel Brand Ambassador	63
Tabel IV. 11. Kategori Skor Interval Brand Ambassador	65
Tabel IV. 12. Skala Interval Variabel Brand Ambassador	65
Tabel IV. 13. Deskripsi Elemen Strength of Brand Associations Pada Variabel Brand Image	67
Tabel IV. 14. Deskripsi Elemen Favorability of Brand Associations Pada Variabel Brand Image.....	69
Tabel IV. 15. Deskripsi Elemen Uniqueness of Brand Associations Pada Variabel Brand Image.....	71
Tabel IV. 16. Kategori Skor Interval Brand image	73
Tabel IV. 17. Skala Interval Variabel Brand Image.....	74
Tabel IV. 18. Korelasi Brand Ambassador terhadap Brand Image.....	76
Tabel IV. 19. Uji Normalitas	77
Tabel IV. 20. Uji Linearitas.....	78
Tabel IV. 21. Koefisien Regresi Brand Ambassador Terhadap Brand Image	78
Tabel IV. 22. Tabulasi Silang Usia dengan Brand Ambassador	81
Tabel IV. 23. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Brand Ambassador	82
Tabel IV. 24. Tabulasi Silang Domisili dengan Brand Ambassador	84
Tabel IV. 25. Tabulasi Usia dengan Brand Image	85
Tabel IV. 26. Tabulasi Jenis Kelamin dengan Brand Image	87
Tabel IV. 27. Tabulasi Domisili dengan Brand Image.....	88

DAFTAR BAGAN

II.4. Bagan Kerangka Konseptual.....	27
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	102
Lampiran 2. Lembar Coding (Brand Ambassador).....	107
Lampiran 3. Lembar Coding (Brand image)	112
Lampiran 4. Tabel reliabilitas Brand ambassador dan brand image	115
Lampiran 5. Tabel Validitas Brand Ambassador dan brand image	116
Lampiran 6. Hasil SPSS Identitas Responden	116
Lampiran 7. Hasil mean brand ambassador.....	117
Lampiran 8. Hasil mean brand image	118
Lampiran 9. Tabulasi Silang Identitas Responden dengan brand ambassador	118
Lampiran 10. Tabulasi Silang Identitas Responden dengan brand image.....	119
Lampiran 11. Hasil Korelasi antara brand ambassador terhadap brand image	120
Lampiran 12. Hasil Uji Regresi	121
Lampiran 13. Uji Normalitas	121
Lampiran 14. Uji Linearitas.....	121

ABSTRAK

Stevie Marcellina. NRP 1423017034. Pengaruh Penggunaan BTS Sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia Terhadap *Brand Image* Tokopedia Pada Masyarakat Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang mengatakan bahwa *brand ambassador* memberikan pengaruh kepada *brand image*. Tokopedia sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia sering menggunakan selebriti sebagai *brand ambassador* dalam program komunikasinya. Salah satu selebriti yang digandeng Tokopedia untuk menjadi *brand ambassador* adalah BTS. BTS sendiri merupakan salah satu *boygroup* yang berasal dari Korea yang kerap digandeng oleh berbagai *brand* untuk menjadi *brand ambassador* nya. *Brand ambassador* sendiri dinilai berdasarkan empat indikator yaitu *visibility*, *credibility*, *attractiveness*, dan *power*. Sedangkan *brand image* dinilai berdasarkan tiga indikator yaitu *strength of brand associations*, *favorability of brand associations*, dan *uniqueness of brand associations*. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survey yang nantinya pernyataan responden diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan BTS sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* Tokopedia pada masyarakat Surabaya. Dari hasil penelitian ini juga ditemukan apa bahwa apabila *brand ambassador* mendapat penilaian yang tinggi, maka penilaian terhadap *brand image* Tokopedia juga akan positif.

Kata kunci: *Public Relations*, *Brand Ambassador*, *Brand Image*

ABSTRACT

Stevie Marcellina. NRP 1423017034. The Influence of Using BTS as Tokopedia's *Brand Ambassador* on Tokopedia's *Brand Image* in the Surabaya Community

This study aims to test the theory that claim *brand ambassador* to have an influence on *brand image*. Tokopedia as one of the e-commerce in Indonesia use celebrity as their *brand ambassador* in their communication programs. One of the celebrity that become Tokopedia's *brand ambassador* is BTS. BTS theirselves is one of the celebrity that constantly become *brand ambassador* of a *brand*. *Brand ambassador* is assessed by four indicators namely visibility, credibility, attractiveness and power. Brand image is assessed by three indicators namely strength of brand associations, favorability of brand associations, and uniqueness of brand associations. This type of research is explanatory with quantitative approach. The method used is the survey method which will be measured by Likert scale. The result of this research is known that there is influence of BTS as *brand ambassador* to Tokopedia's *brand image*. From this research also can be explained that if the *brand ambassador* is considered good, then the assessment of Tokopedia's *brand image* will be positive.

Keyword: *Public Relations, Brand Ambassador, Brand Image*