

**PENGARUH PENGGUNAAN MAUDY AYUNDA SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE VIVO
PADA REMAJA SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Ribka Eleazar Handoyo

NRP.1423015212

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN MAUDY AYUNDA SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP *BRAND IMAGE* VIVO
PADA REMAJA SURABAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Ribka Eleazar Handoyo

NRP: 1423015212

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Ribka Eleazar Handoyo

NRP : 1423015212

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

"Pengaruh Penggunaan Maudy Ayunda

Sebagai Brand Ambassador Terhadap

Brand Image Vivo Pada Remaja 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 keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 10 Januari 2019

Penulis,



Ribka Eleazar Handoyo

NRP: 1423015212

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN MAUDY AYUNDA SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE VIVO
PADA REMAJA SURABAYA**

Oleh:

Ribka Eleazar Handoyo

NRP: 1423015212

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si


(.....)

NIK: 142.09.0647

Pembimbing II : Brigitta R. S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom


(.....)

NIK: 142.15.0849

HALAMAN 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 : Kamis, 10 Januari 2018



Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIK: 142.10.0651

(.....)

2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si

NIK: 142.09.0647

(.....)

3. Anggota : Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK: 142.09.0634

(.....)

4. Anggota : Brigitta R. S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIK: 142.15.0849

(.....)

LEMBAR PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ribka Eleazar Handoyo

NRP : 1423015212

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Pengaruh Penggunaan Maudy Ayunda Sebagai
Brand Ambassador Terhadap Brand Image Vivo
Pada Remaja 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, 10 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ribka Eleazar Handoyo

KATA PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk ucapan syukur dan ucapan terima kasih peneliti atas selesainya skripsi ini, peneliti ingin mempersembahkan skripsi ini seluruhnya kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan kepada penulis untuk menjalani proses pengerjaan skripsi ini mulai dari pemilihan judul dan topik hingga pembagian kuisioner dan perhitungan SPSS. Skripsi ini bisa selesai sebagaimana adanya sekarang semuanya hanyalah karena kasih karunia Tuhan yang peneliti tahu tidak mungkin bisa peneliti lakukan sendiri. Peneliti memperjuangkan pengerjaan skripsi ini agar bisa lulus dalam kurun waktu 3,5 tahun sebagai bentuk ucapan syukur kepada orang tua yang telah bersusah payah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menempuh jenjang yang lebih tinggi lagi. Berulang kali peneliti ingin menyerah dan memutuskan untuk lulus dalam waktu 4 tahun namun berulang kali juga peneliti mendapatkan kekuatan dan kasih karunia hingga semuanya bisa selesai tepat pada waktunya.

“So do not fear, for I am with you; do not be dismayed, for I am your God. I will strengthen you and help you; I will uphold you with My righteous right hand.”

Isaiah 41:10 (NIV)

Surabaya, 3 Desember 2018

Ribka Eleazar Handoyo

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan penulis diberikan kelancaran oleh Tuhan Yesus Kristus, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Maudy Ayunda sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Vivo pada Remaja 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. Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos. M.Si selaku dekan dan dosen pembimbing 1 yang telah membimbing, membantu, dan mendukung penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing 2 yang selain membimbing dan membantu, juga menyemangati dan memberikan dukungan agar skripsi ini tetap diselesaikan dalam kurun waktu 3,5 tahun.
4. Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. dan ibu Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen penguji seminar dan skripsi peneliti yang senantiasa memberikan masukan dan koreksi atas skripsi ini. Peneliti menyadari akan banyaknya kekurangan dan berterima kasih atas segala pendampingan dalam rangka membuat laporan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Emilia Suryani Gunawan, Evelyn Davsy Santoso dan Jesica Aquila Tenggono yang bersedia mendengarkan curhatan peneliti selama peneliti berproses dalam mengerjakan laporan skripsi ini dan menemani hari-hari peneliti selama menjalani perkuliahan.
6. Keluarga besar Gereja Berita Injil Antiokhia terutama yang ada di Jakarta serta Kuala Lumpur atas dukungannya selama peneliti melakukan

refreshing di tengah-tengah penatnya memandang tabel-tabel hasil penelitian

7. Seluruh dosen dan staff dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Teman-teman satu angkatan seperjuangan tahun 2015 lainnya yang juga memberikan semangat dan bantuan pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Keluarga peneliti yang membiarkan peneliti untuk berkonsentrasi mengerjakan laporan skripsi tanpa gangguan.
10. Barista Starbuck East Coast Center, Alexander Suryawan dan Gio yang telah melayani penulis setiap penulis duduk dan mengerjakan laporan skripsi ini hingga akhirnya hafal dan kenal dengan penulis.

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.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ...	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Batasan Masalah	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II KERANGKA TEORI	11
2.1 Teori.....	11
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	11
2.1.2 Karakteristik	12
2.1.3 Citra.....	13

2.2	Nisbah Antar Konsep	17
2.3	Kerangka Konseptual	19
BAB	III METODE PENELITIAN	20
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	20
3.2	Metode Penelitian	20
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	21
3.4	Definisi Konseptual	21
3.4.1	<i>Brand Ambassador</i>	21
3.4.2	<i>Brand Image</i>	22
3.5	Definisi Operasional	22
3.5.1	<i>Brand Ambassador</i>	22
3.5.2	<i>Brand Image</i>	24
3.6	Populasi dan Sampel	25
3.7	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.9	Uji Validitas dan Realibilitas	28
3.9.1	Uji Validitas	28
3.9.2	Realibilitas	29
3.10	Teknik Analisis Data.....	31
3.10.1	Analisis Korelasi	32
3.10.2	Analisis Regresi	33
BAB	IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	35
4.1.1	Remaja Surabaya.....	35
4.1.2	Profil Vivo	36
4.1.3	Profil Maudy Ayunda.....	37

4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	38
4.2.1	Uji Validitas	38
4.2.2	Uji Realibilitas.....	40
4.3	Temuan Data dan Pembahasan	40
4.3.1	Identitas Responden.....	41
4.3.2	Interval Pengukuran.....	45
4.3.3	Deskripsi Variabel X (Penggunaan Maudy Ayunda Sebagai Brand Ambassador	46
4.3.3.1	<i>Visibility</i>	46
4.3.3.2	<i>Credibility</i>	48
4.3.3.3	<i>Attractiveness</i>	50
4.3.3.4	<i>Power</i>	52
4.3.3.5	Total Skala Interval Variabel <i>Brand Ambassador</i>	54
4.3.4	Deskripsi Variabel Y (<i>Brand Image Vivo</i>)	
4.3.4.1	<i>Strength of Brand Associations</i>	55
4.3.4.2	<i>Favorability of Brand Associations</i>	57
4.3.4.3	<i>Uniqueness of Brand Associations</i>	59
4.3.4.4	Total Skala Interval Variabel <i>Brand Image</i>	62
4.4	Analisis Data.....	62
4.4.1	Analisis Korelasi	62
4.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	64
4.4.3	Analisis Tabulasi Silang.....	66

4.4.3.1	Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Brand Ambassador</i>	66
4.4.3.2	Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Brand Image</i>	72
4.4.3.3	Analisis Tabulasi Silang <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand Image</i>	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	81
5.2.1	Saran Akademis	81
5.2.2	Saran Praktis	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Komentar di Facebook.....	2
Gambar 1.2	Maudy Ayunda Mempromosikan Vivo di Instagram .	5
Gambar 1.3	Maudy Ayunda Menggunakan Vivo Untuk Aktivitas Pribadi.....	6
Gambar 1.4	Maudy Ayunda di Instagram Vivo	6
Gambar 1.5	Maudy Ayunda di TVC Vivo V9.....	7
Gambar 1.6	Duta Produk Segambreng.....	7
Gambar IV.1	Diagram Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar IV.2	Diagram Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar IV.3	Diagram Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Gambar IV.4	Diagram Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Responden	43

DAFTAR TABEL

Tabel III.1.	Jumlah Penduduk Surabaya Umur 15-24	25
Tabel III.2.	Pengukuran Tingkat Realibilitas.....	30
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Untuk Variabel <i>Brand Ambassador</i>	39
Tabel IV.2	Hasil Uji Realibilitas.....	40
Tabel IV.3	Tabel Identitas Responden Berdasarkan Domisili Responden	44
Tabel IV.4	Kategori Skor Interval <i>Brand Ambassador</i>	45
Tabel IV.5	Kategori Skor Interval <i>Brand Image</i>	46
Tabel IV.6	Deskripsi Elemen <i>Visibility</i> Pada Variabel <i>Brand Ambassador</i>	47
Tabel IV.7	Deskripsi Elemen <i>Credibility</i> Pada Variabel <i>Brand Ambassador</i>	49
Tabel IV.8	Deskripsi Elemen <i>Attractiveness</i> Pada Variabel <i>Brand Ambassador</i>	51
Tabel IV.9	Deskripsi Elemen <i>Power</i> Pada Variabel <i>Brand Ambassador</i>	52
Tabel IV.10	Skala Interval Variabel <i>Brand Ambassador</i>	54
Tabel IV.11	Deskripsi Elemen <i>Strength of Brand Associations</i> Pada Variabel <i>Brand Image</i>	55
Tabel IV.12	Deskripsi Elemen <i>Favorability of Brand Associations</i> Pada Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel IV.13	Deskripsi Elemen <i>Uniqueness of Brand Associations</i> Pada Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel IV.14	Skala Interval Variabel <i>Brand Image</i>	62
Tabel IV.15	Korelasi <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	63

Tabel IV.16	Koefisien Regresi <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	64
Tabel IV.17	Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand Ambassador</i>	66
Tabel IV.18	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Brand Ambassador</i>	67
Tabel IV.19	Tabulasi Silang Pendidikan dengan <i>Brand Ambassador</i>	69
Tabel IV.20	Tabulasi Silang Pengeluaran dengan <i>Brand Ambassador</i>	70
Tabel IV.21	Tabulasi Silang Domisili dengan <i>Brand Ambassador</i> ...	71
Tabel IV.22	Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand Image</i>	72
Tabel IV.23	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Brand Image</i>	73
Tabel IV.24	Tabulasi Silang Pendidikan dengan <i>Brand Image</i>	74
Tabel IV.25	Tabulasi Silang Pengeluaran dengan <i>Brand Image</i>	75
Tabel IV.26	Tabulasi Silang Domisili dengan <i>Brand Image</i>	76
Tabel IV.27	Tabulasi Silang <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand Image</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner	85
Tabel Data	89
Data Responden Kuisisioner	95

ABSTRAK

Ribka Eleazar Handoyo. NRP 1423015212. Pengaruh Penggunaan Maudy Ayunda Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Vivo Pada Remaja Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang mengatakan bahwa *brand ambassador* memberikan pengaruh kepada *brand image*. Vivo sebagai salah satu produsen *smartphone* di Indonesia sering menggunakan selebriti sebagai *brand ambassador* dalam program komunikasinya. Salah selebriti yang digandeng Vivo untuk menjadi *brand ambassador* adalah Maudy Ayunda. Maudy Ayunda sendiri merupakan salah satu selebriti di Indonesia 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 Maudy Ayunda sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* Vivo pada remaja Surabaya. Dari hasil penelitian ini juga ditemukan apa bahwa apabila *brand ambassador* mendapat penilaian yang tinggi, maka penilaian terhadap *brand image* Vivo juga akan positif.

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

ABSTRACT

Ribka Eleazar Handoyo. NRP 1423015212. *The Influence of Maudy Ayunda as Brand Ambassador to Vivo's Brand Image in Surabaya Teenagers.*

This study aims to test the theory that claim brand ambassador to have an influence on brand image. Vivo as one of the smartphone producer in Indonesia constantly use celebrity as their brand ambassador in their communication programs. One of the celebrity that become Vivo's brand ambassador is Maudy Ayunda. Maudy Ayunda herself 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 Maudy Ayunda as brand ambassador to Vivo's brand image. From this research also can be explained that if the brand ambassador is considered good, then the assessment of Vivo's brand image will be positive.

Keyword Public Relations, Brand Ambassador, Brand Image