

**PENGARUH PENGGUNAAN RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR APLIKASI BIBIT TERHADAP *BRAND IMAGE*
APLIKASI BIBIT PADA PENGGUNA APLIKASI BIBIT**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Theodorus Novan

NRP: 1423019014

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

SKRIPSI

PENGARUH PENGGUNAAN RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*

AMBASSADOR* APLIKASI BIBIT TERHADAP *BRAND IMAGE

APLIKASI BIBIT PADA PENGGUNA APLIKASI BIBIT

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



Disusun Oleh:

Theodorus Novan

NRP: 1423019014

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Theodorus Novan

NRP : 1423019014

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Pengaruh Penggunaan Raditya Dika Sebagai *Brand Ambassador* Aplikasi Bibit

Terhadap *Brand Image* Aplikasi Bibit Pada Pengguna Aplikasi Bibit

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 kersajanaan saya dicabut.

Surabaya, 28 November 2022

Penulis



Theodorus Novan

NRP. 1423019014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PENGGUNAAN RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*

AMBASSADOR* APLIKASI BIBIT TERHADAP *BRAND IMAGE

APLIKASI BIBIT PADA PENGGUNA APLIKASI BIBIT

Oleh:

Theodorus Novan

NRP: 1423019014

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

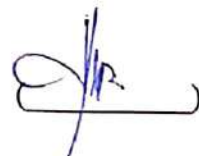
Pembimbing I : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602



Pembimbing II: Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704



Surabaya, 28 November 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebgain dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada:

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dosen Penguji:

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

2. Sekretaris : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

3. Anggota : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0725058704

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Theodorus Novan

NRP : 1423019014

Menyetujui Skripsi Komunikasi saya

Judul: Pengaruh Penggunaan Raditya Dika Sebagai *Brand Ambassador* Aplikasi
Bibit Terhadap *Brand Image* Aplikasi Bibit Pada Pengguna Aplikasi Bibit

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, 28 November 2022

Yang menyatakan,



Theodorus Novan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunia serta penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Hidup ini menjadi menarik karena setiap kita memiliki kemungkinan dan juga kemampuan untuk bisa mewujudkan impian. Mengambil risiko disertai kegagalan, kekecewaan, dan kehilangan arah, perjuangan yang berwujud Tugas akhir ini peneliti persembahkan untuk Tuhan dan juga kedua orang tua yang telah mendukung dengan segenap hati sehingga tugas akhir ini dapat terwujud sebagaimana mestinya. Terima kasih Ayah dan Ibu, yang doanya selalu mengajarkan untuk membuat orang lain bahagia, sekalipun itu berarti membutuhkan pengorbanan yang besar. Tugas Akhir ini salah satu pengorbanan kecil untuk mu.

Surabaya, 28 November 2022

Theodorus Novan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis saya haturkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH PENGGUNAAN RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* APLIKASI BIBIT TERHADAP *BRAND IMAGE* APLIKASI BIBIT PADA PENGGUNA APLIKASI BIBIT. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan skripsi ini berisi tentang penelitian yang meneliti pengaruh penggunaan Raditya Dika sebagai *Brand Ambassador* Bibit terhadap *Brand Image* aplikasi Bibit pada pengguna aplikasi Bibit.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari pihak lain. Oleh sebab itu, kiranya peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia dan anugerah sehingga skripsi ini bisa ada sebagaimana adanya sekarang.
2. Kepada kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga mampu menyelesaikan penelitian ini.
3. Kepada Ibu Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. Terima Kasih atas segala arahan yang telah diberikan agar tugas ini dapat selesai dengan baik.

4. Kepada Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. Terima Kasih atas segala bimbingan yang telah diberikan sehingga tugas ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kepada Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. Terima kasih atas bimbingan dan panduan yang telah diberikan dalam menyusun judul dan proposal penelitian ini.
6. Kepada seluruh Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu yang dapat dituangkan oleh penulis dalam penelitian ini.
7. Kepada teman-teman terdekat yang telah mendukung dan memberikan *support* dalam pengerjaan penelitian ini.
8. Kepada seluruh teman-teman Fikom 2019 yang telah memberikan kenangan yang indah untuk dikenang, selama masa perkuliahan.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all these hard works, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	13
I.3. Tujuan Penelitian	13
I.4. Batasan Masalah	14
I.5. Manfaat Penelitian	14
I.5.1. Manfaat Akademis	14
I.5.2. Manfaat Praktis	14
I.5.3. Manfaat Sosial	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1. Penelitian Terdahulu	15
II.2. Kerangka Teori	19

II.2.1. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	19
II.2.2. <i>Brand Ambassador</i>	20
II.2.3. <i>Brand Image</i>	24
II.2.4. Komunikasi Pemasaran	29
II.3. Nisbah Antar Konsep	30
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	32
II.5. Hipotesis	33
BAB III. METODE PENELITIAN	34
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
III.2. Metode Penelitian	35
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	35
III.4. Definisi Konseptual	36
III.4.1. <i>Brand Ambassador</i>	36
III.4.2. <i>Brand Image</i>	36
III.5. Definisi Operasional	36
III.5.1. Variabel Bebas (X): <i>Brand Ambassador</i>	36
III.5.2. Variabel Terikat (Y): <i>Brand Image</i>	39
III.6. Populasi dan Sampel	40
III.7. Teknik Penarikan Sampel	42
III.8. Teknik Pengumpulan Data	43
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	44
III.9.1. Uji Validitas	44
III.9.2. Uji Reliabilitas	45
III.9.3. Uji Normalitas	46
III.9.4. Uji Linieritas	46
III.10. Teknik Analisis Data	47
III.10.1. Analisis Korelasi	50

III.10.2. Analisis Regresi	52
III.10.3. Uji Signifikansi Hipotesis	53
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
IV.1. Gambaran Umum Subyek	54
IV.1.1. Pengguna Aplikasi Bibit	54
IV.1.2. Profil Aplikasi Bibit	55
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
IV.2.1. Uji Validitas	56
IV.2.2. Uji Reliabilitas	59
IV.3. Temuan Data dan Pembahasan	60
IV.3.1. Identitas Responden	60
IV.3.2. Deskripsi Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	63
IV.3.2.1. <i>Visibility</i>	63
IV.3.2.2. <i>Credibility</i>	65
IV.3.2.3. <i>Attraction</i>	68
IV.3.2.4. <i>Power</i>	70
IV.3.3. Interval Pengukuran <i>Brand Ambassador</i>	72
IV.3.4. Deskripsi Hasil Variabel <i>Brand Ambassador</i>	73
IV.3.5. Deskripsi Variabel Y (<i>Brand Image</i>)	75
IV.3.5.1. <i>Strength of Brand Association</i>	75
IV.3.5.2. <i>Favourability of Brand Association</i>	78
IV.3.5.3. <i>Uniqueness of Brand Association</i>	82
IV.3.6. Interval Pengukuran <i>Brand Image</i>	84
IV.3.7. Deskripsi Hasil Variabel <i>Brand Image</i>	85
IV.4. Analisis Data	87
IV.4.1. Uji Normalitas	87
IV.4.2. Uji Linieritas	88

IV.4.3. Analisis Korelasi	89
IV.4.4. Analisis Regresi	91
IV.4.5. Uji Signifikansi Hipotesis	92
IV.4.6. Analisis Tabulasi Silang	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	103
V.1. Kesimpulan	103
V.2. Saran	104
V.2.1. Saran Akademis	104
V.2.2. Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas	57
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i>	59
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.4. Identitas Responden mengenai Jenis Kelamin	61
Tabel 4.5. Identitas Responden Mengenai Usia	61
Tabel 4.6. Identitas Responden Mengenai Pengeluaran	62
Tabel 4.7. Deskripsi Indikator <i>Visibility</i> pada variabel <i>Brand Ambassador</i>	63
Tabel 4.8. Deskripsi Indikator <i>Credibility</i> pada variabel <i>Brand Ambassador</i>	65
Tabel 4.9. Deskripsi Indikator <i>Attraction</i> pada variabel <i>Brand Ambassador</i>	68
Tabel 4.10. Deskripsi Indikator <i>Power</i> pada variabel <i>Brand Ambassador</i>	70
Tabel 4.11. Tabel Penilaian Interval Kelas <i>Brand Ambassador</i>	72
Tabel 4.12. Hasil Skala Interval Variabel <i>Brand Ambassador</i>	73
Tabel 4.13. Deskripsi Indikator <i>Strength of Brand Association</i> pada variabel <i>Brand Image</i>	75
Tabel 4.14. Deskripsi Indikator <i>Favourability of Brand Association</i> pada variabel <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4.15. Deskripsi Indikator <i>Uniqueness of Brand Association</i> pada variabel <i>Brand Image</i>	82
Tabel 4.16. Tabel Penilaian Interval Kelas <i>Brand Image</i>	85
Tabel 4.17. Hasil Skala Interval Variabel <i>Brand Image</i>	86
Tabel 4.18. Tabel Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.19. Tabel Hasil Uji Linieritas	89
Tabel 4.20. Korelasi <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	90
Tabel 4.21. Tabel Analisis Regresi	91
Tabel 4.22. Tabel Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Brand Ambassador</i> ...	93
Tabel 4.23. Tabel Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand Ambassador</i>	95
Tabel 4.24. Tabel Tabulasi Silang Pengeluaran dengan <i>Brand Ambassador</i>	97
Tabel 4.25. Tabel Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Brand Image</i>	98

Tabel 4.26. Tabel Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand Image</i>	100
Tabel 4.27. Tabel Tabulasi Silang Pengeluaran dengan <i>Brand Image</i>	101

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Bagan Kerangka Konseptual	32
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Komentar masyarakat yang masih ragu terhadap <i>Brand Image</i> aplikasi Bibit	4
Gambar 1.2. Persentase aplikasi Bibit sebagai aplikasi Fintech yang paling sering digunakan	7
Gambar 1.3. Aplikasi Bibit sebagai <i>Best Fintech Company</i> 2021	7
Gambar 1.4. Jumlah Unduhan aplikasi Bibit di Google Play Store	8
Gambar 1.5. Raditya Dika memberi edukasi finansial melalui <i>Youtube</i>	9
Gambar 1.6. Raditya Dika mempromosikan pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit	10

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	109
Lampiran 2. Coding	113
Lampiran 3. Uji Validitas Indikator <i>Brand Ambassador</i>	118
Lampiran 4. Uji Validitas Indikator <i>Brand Image</i>	121
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	122
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	122
Lampiran 7. Hasil Tabel Identitas Responden	122
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas	123
Lampiran 9. Hasil Uji Linieritas	123
Lampiran 10. Hasil Analisis Korelasi	124
Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi	124
Lampiran 12. Tabulasi Silang Identitas Responden <i>Brand Ambassador</i>	124
Lampiran 13. Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Brand Image</i>	125

ABSTRAK

Theodorus Novan. NRP. 1423019014. Pengaruh Penggunaan Raditya Dika Sebagai *Brand Ambassador* Aplikasi Bibit Terhadap *Brand Image* Aplikasi Bibit Pada Pengguna Aplikasi Bibit.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa *Brand Ambassador* memberi pengaruh kepada *Brand Image*. Aplikasi Bibit sebagai salah satu aplikasi investasi reksa dana di Indonesia, menggunakan selebriti sebagai *Brand Ambassador* dalam program pemasarannya. Salah satu yang dipilih oleh aplikasi Bibit menjadi *Brand Ambassador* adalah Raditya Dika. Raditya merupakan seorang selebriti yang berkarya dalam bidang komedi, namun beberapa kali memberikan konten mengenai edukasi keuangan melalui kanal *Youtube*-nya. Raditya Dika juga sering menjadi *Brand Ambassador* berbagai macam merek. *Brand Ambassador* sendiri diukur berdasarkan empat indikator, yakni *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Sementara itu, *Brand Image* dinilai berdasarkan tiga indikator, yakni *Strength of Brand Association*, *Favourability of Brand Association*, dan *Uniqueness of Brand Association*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang akan mengukur pernyataan responden dengan skala Likert. Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan Raditya Dika sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* aplikasi Bibit pada pengguna aplikasi Bibit. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa tingginya penilaian *Brand Ambassador* akan berbanding lurus dengan tingginya *Brand Image* aplikasi Bibit.

Kata Kunci: *Brand*, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Aplikasi Bibit, Raditya Dika.

ABSTRACT

Theodorus Novan. NRP. 1423019014. The Influence of Using Raditya Dika as Bibit Application on Bibit Application's Brand Image Among Bibit Application's Users.

This Study aims to test the theory which states that Brand Ambassador will have an influence on Brand Image. Bibit, as one of the application for users to invest on mutual funds, uses Raditya Dika as their Brand Ambassador in their marketing program. Raditya Dika is a celebrity that works on in comedy entertainment, but also gives some content about financial education in his Youtube Channel for a few time. Raditya Dika is also hired to be a Brand Ambassador to represent many other Brands. In other hand, Brand Ambassador is measured by four indicators, which are Visibility, Credibility, Attraction, and Power. While Brand Image is measured by three indicators, which are Strength of Brand Association, Favourability of Brand Association, and Uniqueness of Brand Association. This study is using a quantitative approach. The method that used in this research is survey method, that will measure respondent's answer using Likert scale. This study finds result that there are influences on the usage of Raditya Dika as Brand Ambassador to Bibit Application's Brand Image. This study also resulted that the higher the rating of Brand Ambassador will directly elevate Bibit Application's Brand Image

Keyword: Brand, Brand Ambassador, Brand Image, Bibit Application, Raditya Dika