

**PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE*
PADA LEMONILO**

(Studi Kuantitatif Deskriptif Pada Strategi Penggunaan NCT Dream Sebagai *Brand Ambassador* Lemonilo)

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjanah Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Disusun Oleh:

CATALIA TRI ADINDA

1181003174

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Catalia Tri Adinda

NIM : 1181003174

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Catalia Tri Adinda

NIM : 1181003174

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Penggunaan *Brand Ambassador* dalam Membentuk *Brand Image* Pada Lemonilo

Telah berhasil dipertahankan dhadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjanah Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie.

Dewan Penguji:

Pembimbing : Prof. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

Penguji : Tri Nuraini, S.E., MSc

16/8/2022

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk dapat mencapai gelar Sarjanah Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Univeritas Bakrie.

Dalam rangka penyusunan Tugas Akhir ini, tentu banyak sekali pihak yang telah berjasa dalam membantu, memberikan bimbingan, memberikan dukungan, memberikan motivasi, hingga saling bertukar informasi agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih dengan setulus-tulusnya kepada,

1. Almarhum kedua orang tua penulis yang selalu menjadi sumber penyemangat dan motivasi penulis untuk bisa terus sampai pada titik ini.
2. Kepada uwa penulis, Inge Inggrastuti yang telah merawat penulis dan memberikan pengorbanan untuk penulis mencapai pendidikan yang tinggi serta memberikan dukungan dan motivasi yang tidak pernah henti.
3. Ibu Tuti selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan perkuliahan selama 8 semester dengan sebaik-baiknya.
4. Kepada para sahabat yang saya cintai Nikki, Nisha, dan Tiara yang selalu memberikan dukungan semangat yang luar biasa agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya.

5. Kepada Lee Jen0 dan Lee Haechan sebagai idola saya yang memotivasi saya untuk terus semangat dan berjuang mencapai apa yang telah saya impikan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada NCT sebagai salah satu group K-pop yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir melalui lagu-lagu dan kontennya yang membuat penulis semangat serta menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berjuang menyelesaikan Tugas Akhir ini dan meraih mimpi penulis.

Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk Almarhum ibu penulis, Almarhumah Evi Marsianty yang semasa hidupnya selalu merawat penulis dengan penuh kasih sayang, mendidik penulis, dan mengorbankan hal apapun untuk keberhasilan dan kebaikan penulis. Kasih sayang dan cinta tulus yang diberikan selalu menjadi motivasi dan dukungan kepada penulis agar penulis selalu bersemangat dalam mencapai cita-cita dan tujuan hidup.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT memabalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis untuk sampai pada titik ini dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumer referensi dan kajian pada ilmu pengetahuan.

Jakarta, 15 Agustus 2022

Penulis,



Catalia Tri Adinda

1181003174

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Catalia Tri Adinda
NIM : 1181003174
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalty Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE* PADA LEMONILO

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalty Noneksklusif** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



Catalia Tri Adinda

**PENGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* DALAM MEMBENTUK
BRAND IMAGE PADA LEMONILO**

CATALIA TRI ADINDA

ABSTRAK

Penggunaan *brand ambassador* merupakan salah satu yang kerap di lakukan oleh perusahaan untuk memperluas target pasar. Terlebih, di era saat ini, perkebangan arus *Korean wave* sangat tinggi yang memicu banyak sekali masyarakat yang tertarik pada budaya dan artis Kpop dan menyebabkan banyak brand yang menggunakan artis K-pop sebagai *brand ambassador*nya. Seperti halnya dengan Lemonilo yang menjadikan salah satu boygroup K-Pop yaitu NCT Dream untuk menjadi *brand ambassador* dan mewakili brandnya karena dianggap memiliki motto dan kesamaan dengan Lemonilo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan brand ambassador yang digunakan Lemonilo dengan dimensi-dimensinya seperti *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power* yang dapat memberikan efektivitas pada *brand image* perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik studi kuantitatif deskriptif dengan sampel sebanyak 107 responden. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dimensi *brand ambassador* dan *brand image* memiliki frekuensi respon yang sangat baik. Penggunaan brand ambassador yang dilakukan oleh Lemonilo dapat membentuk dan memperkuat citra Lemonilo sebagai brand yang unik, berkualitas, memiliki kegiatan yang menarik dan *up-to-date*.

Kata kunci: *brand ambassador, brand image.*

**PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBENTUK
BRAND IMAGE PADA LEMONILO**

CATALIA TRI ADINDA

ABSTRACT

The use of a brand ambassador is one that is often done by companies to expand the target market. Moreover, in the current era, the development of the Korean wave is very high which triggers a lot of people to be interested in Kpop culture and artists and causes many brands to use K-pop artists as their brand ambassadors. As is the case with Lemonilo, who made one of the K-Pop boy groups, namely NCT Dream, to become a brand ambassador and represent their brand because they are considered to have a motto and similarities with Lemonilo. The purpose of this study is to find out the use of brand ambassadors used by Lemonilo with its dimensions such as visibility, credibility, attraction, and power that can provide effectiveness on the company's brand image. This study uses descriptive quantitative study techniques with a sample of 107 respondents. Based on the test results, it can be concluded that the overall dimensions of the brand ambassador and brand image have a very good response frequency. The use of brand ambassadors by Lemonilo can shape and strengthen Lemonilo's image as a brand that is unique, quality, has interesting and up-to-date activities.

Key words: *brand ambassador, brand image.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... i

HALAMAN PENGESAHAN..... ii

KATA PENGANTAR iii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....v

ABSTRAK vi

ABSTRACT..... vii

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR GAMBARx

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 LATAR BELAKANG1

1.2 RUMUSAN MASALAH.....12

1.3 TUJUAN PENELITIAN12

1.4 MANFAAT PENELITIAN.....12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....13

2.1 TEORI RELEVAN13

2.1.1 BRAND AMBASSADOR13

2.1.2 BRAND IMAGE15

2.2 PENELITIAN SEBELUMNYA DAN PERNYATAAN HIPOTESIS ..17

2.2.1 TABEL JURNAL PENELITIAN SEBELUMNYA17

2.3 MODEL KERANGKA TEORITIS29

BAB III METODE PENELITIAN.....31

3.1 DESAIN DAN PENDEKATAN31

3.2 POPULASI DAN SAMPLING32

3.1.1 POPULASI.....32

3.1.2 SAMPLING.....32

3.3	PENGUMPULAN DATA DAN PENGUKURAN	34
3.3.1	METODE KUESIONER.....	34
3.3.2	METODE STUDI PUSTAKA	35
3.4	INSTRUMENT PENELITIAN.....	35
3.5	TEKNIK PENGUJIAN INSTRUMEN.....	36
3.5.1	UJI VALIDITAS	36
3.5.2	UJI RELIABILITAS	38
3.6	ANALISIS DATA	39
3.6.1	ANALISIS DESKRIPTIF	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	GAMBARAN KONTEKS PENELITIAN	45
4.1.1	DESKRIPSI PENELITIAN	45
4.1.2	SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN	45
4.1.3	AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN	47
a.	PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR.....	47
b.	INOVASI IKLAN DAN TAGLINE.....	47
c.	KONTEN KREATIF	48
d.	KEGIATAN MENARIK.....	49
4.2	PENYAJIAN DATA.....	51
4.2.1	ANALISIS DESKRIPTIF	51
4.2.1.1	DESKRIPTIF SUBJEK	51
4.2.1.2	DESKRIPTIF DATA PENELITIAN	52
a.	ANALISIS DESKRIPTIF <i>BRAND AMBASSADOR</i>	53
b.	ANALISIS DESKRIPTIF <i>BRAND IMAGE</i>	59
4.2.2	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	64
4.2.2.1	UJI VALIDITAS	64
4.2.2.2	UJI RELIABILITAS.....	68
4.3	PEMBAHASAN DAN DISKUSI.....	69
4.3.1	<i>VISIBILITY</i> DALAM MEMBENTUK <i>BRAND IMAGE</i>	70
4.3.2	<i>CREDIBILITY</i> DALAM MEMBENTUK <i>BRAND IMAGE</i>	72

4.3.3	<i>ATTRACTION</i> DALAM MEMENTUK <i>BRAND IMAGE</i>	74
4.3.4	<i>POWER</i> DALAM MEMBENTUK <i>BRAND IMAGE</i>	77
4.3.5	<i>BRAND AMBASSADOR</i> DALAM MEMBENTUK <i>BRAND IMAGE</i>	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	SIMPULAN	80
5.2	SARAN	81
5.2.1	SARAN AKADEMIS	81
5.2.2	SARAN PRAKTIS.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Lemonilo x NCT Dream	6
Gambar 2	Photocard dan Fitcard Lemonilo	9
Gambar 3	Konten B.T.S Lemonilo	9
Gambar 4	Konten Tiktok NCT Dream.....	10
Gambar 5	Konten Youtube Lemonilo dan NCT Dream	48
Gambar 6	Konten Media Sosial Lemonilo.....	49
Gambar 7	Kegiatan Press Conference Lemonilo	50
Gambar 8	Perkenalan Peluncuran Photocard & Gamification.....	50