

**ANALISIS PERAN *BRAND AMBASSADOR* ANGGUN C.
SASMI DALAM UPAYANYA MEMPERTAHANKAN *BRAND*
*IMAGE PANTENE***

**(Studi Kasus: Mahasiswa/I Ilmu Komuniaksi Bakrie Angkatan
2020)**

TUGAS AKHIR



Shena Chiquita

1201003029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

**ANALISIS PERAN *BRAND AMBASSADOR* ANGGUN C.
SASMI DALAM UPAYANYA MEMPERTAHANKAN *BRAND*
IMAGE PANTENE**

**(Studi Kasus: Mahasiswa/I Ilmu Komunikasi Bakrie Angkatan
2020)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Shena Chiquita

1201003029

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

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shena Chiquita

NIM : 1201003029

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Juli 2024




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Shena Chiquita
NIM : 1201003029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial
Judul Skripsi : Analisis Peran *Brand Ambassador* Anggun C Sasmu Dalam Upayanya Mempertahankan *Brand Image* Pantene (Studi Kasus: Mahasiswa/I Ilmu Komunikasi Bakrie Angkatan 2020)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Nina Widyawati, M.Si ()
Pembahas 1 : Eli Jamilah Mihadja, S.S., M.Si., Ph.D., CICS ()
Pembahas 2 : Dr. Mohamad Kresna Noer, S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 12 Agustus 2024

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT
2. Ibu Dr. Nina Widyawati, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama penulisan skripsi ini.
3. Ibu Eli Jamilah Miharja, S.S., M.Si., Ph.D., CICS, selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Mohamad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini
5. Kepada Ibu Suharyanti M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai fasilitas dan dukungan selama penulis menjalani studi.
6. Kepada Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU., ASEAN Eng. Tri Pujadi Susilo, S.E., M.M., Ak., CA. Selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Bakrie.
7. Kakak Saya Tercinta Adhiba, terimakasih banyak atas segala dukungannya dan sudah membiayai saya selama perkuliahan. Semoga Tuhan memberikan rezeki berlimpah.

8. Kepada teman-teman dari 'INFO MASEH' dan sahabat seperjuangan, yang selalu memberikan kefomoan sehingga masing-masing dari kami termotivasi untuk menyelesaikan studi ini.
9. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang telah menjadi teman berjuang dimasa kuliah, walaupun berjumlah sedikit daripada peminatan lain penulis selalu merasakan kehangatan, solidaritas, dan kekeluargaan yang sangat erat satu sama lain.
10. Untuk diri saya sendiri terimakasih karena sudah mampu berjuang sampai ditahap ini, terimakasih karena sudah selalu kuat dalam menghadapi situasi apapun, tetap semangat dan jangan putus asa.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 30 Juli 2024

Penulis,



Shena Chiquita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shena Chiquita
NIM : 1201003029
Program Studi : IlmuKomunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

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

ANALISIS PERAN *BRAND AMBASSADOR* ANGGUN C. SASMI DALAM UPAYANYA MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGE* PANTENE (Studi Kasus: Mahasiswa/I Ilmu Komunikasi Bakrie Angkatan 2020)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 30 Juli 2024

Yang
Menyatakan,



Shena Chiquita

**ANALISIS PERAN *BRAND AMBASSADOR* ANGGUN C.
SASMI DALAM UPAYANYA MEMPERTAHANKAN *BRAND
IMAGE* PANTENE
SHENA CHIQUITA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis peran *brand ambassador* Anggun C. Sasmi yang digunakan oleh Pantene dalam membentuk *brand image* Pantene. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel *brand ambassdor* (*visibility, credibility, attraction* dan *power*) dan variabel *brand image* (*product attributes, consumer benefits, brand personality*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode *survey* yang disebar kepada 134 responden yang merupakan mahasiswa atau mahasiswi ilmu komunikasi Univeritas Bakrie angkatan 2020, jumlah sampel tersebut didapat menggunakan rumus *slovin*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode deskriptif. Hasil pengujian dalam penelitian ini didapat bahwa *brand ambassador* memiliki dampak dalam mempertahankan *brand image* shampo Pantene. *Brand ambassador* dapat membangun hubungan yang emosional antara seibuah *brand* dan konsumen. Yang mana teknik pemasaran ini secara tidak langsung membantu dalam menciptakan *brand image* bagi suatu peusahaan atau *brand*. Seorang *brand ambassador* dapat membantu suatu perusahaan dalam mempertahankan *brand imagenya* dan meyakinkan konsumen akan produk tersebut. *Brand image* berhubungan pada sikap keyakinan dan kepercayaan terhadap suatu merek, karena semakin baik dan semakin positif suatu *brand image* di benak konsumen maka akan semakin baik juga rasa royal terhadap produk yang ditawarkan sehingga hal ini membuat konsumen membeli produk tersebut.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Visibility, Credibility, Attraction, Power, Product Attributes, Consumer Benefits, Brand Personality.*

**ANALISIS PERAN *BRAND AMBASSADOR* ANGGUN C.
SASMI DALAM UPAYANYA MEMPERTAHANKAN *BRAND*
IMAGE PANTENE**

SHENA CHIQUITA

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the role of brand ambassador Anggun C. Sasmi used by Pantene in shaping Pantene's brand image. There are two variables in this study, namely brand ambassador variables (visibility, credibility, attraction and power) and brand image variables (product attributes, consumer benefits, brand personality). This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method distributed to 134 respondents who are students or communication science students of Baikrie University class of 2020, the number of samples is obtained using the Slovin formula. Data analysis in this study uses SPSS with a descriptive method. The results of the test in this study showed that brand ambassadors have an impact on maintaining the brand image of Pantene shampoo. Brand ambassadors can build an emotional relationship between a brand and consumers. Which marketing technique indirectly helps in creating a brand image for a company or brand. A brand ambassador can help a company maintain its brand image and convince consumers of the product. Brand image is related to the attitude of belief and trust in a brand, because the better and more positive a brand image is in the minds of consumers, the better the sense of generosity towards the products offered, so that this makes consumers buy the product..

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Visibility, Credibility, Attraction, Power, Product Attributes, Consumer Benefits, Brand Personality.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori yang Relevan.....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 <i>Brand</i>	11
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	16
2.1.4 <i>Brand Image</i>	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	22
2.3 Proses <i>Brand Ambassador</i> Dalam Mempertahankan <i>Brand Image</i> 28	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain dan Pendekatan	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran.....	33
3.4 Analisis Data	36
3.5 Validasi Data	36
3.6 Operasionalisasi Variabel	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.2 Penyajian Data	43

4.3 Pembahasan	75
BAB IV SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian	83
5.3 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> Sampo Periode Tahun 2021 – 2023	3
Tabel 1.2	<i>List Brand Ambassador</i> Sampo Pantene di Indonesia	4
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	32
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Brand Image</i>	37
Tabel 3.3	Operasional Variabel <i>Brand Ambassador</i>	38
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	44
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.4	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Visibility</i>	50
Tabel 4.5	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Visibility</i>	51
Tabel 4.6	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Visibility</i>	52
Tabel 4.7	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Visibility</i>	53
Tabel 4.8	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Credibility</i>	54
Tabel 4.9	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Credibility</i>	55
Tabel 4.10	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Credibility</i>	56
Tabel 4.11	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Credibility</i>	57
Tabel 4.12	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Attraction</i>	58
Tabel 4.13	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Attraction</i>	59
Tabel 4.14	<i>Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Attraction</i>	60
Tabel 4.15	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Power</i>	61
Tabel 4.16	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Power</i>	62

Tabel 4.17	Pendapat Responden Mengenai Anggun C. Sasmi Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Power</i>	63
Tabel 4.18	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Product Attributes</i>	64
Tabel 4.19	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Product Attributes</i>	65
Tabel 4.20	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Consumer Benefits</i>	66
Tabel 4.21	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Consumer Benefits</i>	67
Tabel 4.22	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Brand Personality</i>	68
Tabel 4.23	Pendapat Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Pantene Dimensi <i>Personality</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share Brand Sampo di Indonesia Tahun 2023</i>	2
Gambar 4.1 <i>Iklan Shampo Pantene 2014</i>	42
Gambar 4.2 Instagram Anggun C. Sasmi.....	43
Gambar 4.3 <i>Karakteristik Berdasarkan Usia Responden</i>	48
Gambar 4.5 <i>Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden</i>	48
Gambar 4.6 <i>Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2. Output SPSS	90