

**ANALISIS PERSEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM AKUN
@JENNIERUBYJANE SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* CHANEL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



Ghina Hana Rifat

1171003052

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


JAKARTA 2024

HALAMAN ORIGINALITAS

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

Nama : Ghina Hana Rifat

NIM : 1171003052

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 September 2024




HALAMAN PENGESAIAN

Tugas akhir ini diajukan oleh.

Nama . Ghina Hana Rifat
NIM . 1171003052
Program Studi . Ilmu Komunikasi
Fakultas . Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi . Analisis persepsi followers Instagram akun @jennierubyjane sebagai brand ambassador Chanel

Telah berhasil dipertaruhkan 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 . Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si ()
Penguji I . Adek Risma Dedees, S.S., M.A., ()
Penguji 2 . Dr. Dessy Rania, B.A.,M.A. ()

Ditetapkan di Pada tanggal: 12 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ghina Hana Rifat

NIM : 171003052

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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 (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PERSEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM AKUN

@JENNIERUBYJANE SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* CHANEL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 September 20224

Yang menyatakan,



Ghina Hana Rifat

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul Analisis Persepsi *Followers* Instagram Akun @Jennierubyjane sebagai *brand ambassador* Chanel.

Penulis membuat laporan magang ini sebagai pelengkap akademis untuk kelulusan mata kuliah skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Tujuan penulis melakukan studi di Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie ialah untuk mengaplikasikan teori Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang *Public Relations* dimana ilmu ini sangat bermanfaat dan menjadi bekal untuk kehidupan pekerjaan yang selanjutnya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis menemukan berbagai halangan maupun kesulitan dalam faktor internal dan faktor eksternal. Namun dengan dukungan motivasi serta pertolongan dari yang Maha Kuasa, penulis pun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memotivasi akan terlaksananya penyusunan tugas akhir ini hingga selesai, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dianingtyas Putri

Terima kasih kepada ibu Dianingtyas Putri selaku dosen pembimbing laporan magang penulis yang sabar dan membantu memberikan banyak arahan kepada penulis untuk menyusun tugas akhir ini agar bisa selesai dengan baik dan tepat waktu.

2. Mama, Adem Demirel & Alm. Papa

Terima kasih kepada mama, baba Adem Demirel dan alm. Papa yang menjadi motivasi penulis dan selalu memberikan dukungan dari awal penulisan hingga pengerjaan tugas akhir dan doa mama kepada penulis.

3. Amon *The Cat*

Terima kasih kepada kucing penulis yaitu Amon yang telah memberikan emosional support selama penulis melakukan proses skripsi hingga selesai.

4. Divisi Mirkitingting Omiyage Group

Terima kasih kepada kak Citrawu (apartemen the hive), Redho, Sintya, Nathifa, Hereditha, Erlina, Andira dan lainnya yang sudah memberikan dukung dan *emotional support* selama ini sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

5. Teman-teman dekat

Terima kasih kepada Hanisya, Shabrina, Ayu, Alda, Bunga yang memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi sesuai *deadline* yang diberikan.

6. Ashwagandha

Terima kasih kepada pencipta suplemen ini sehingga penulis bisa mengerjakan tugas akhir secara fokus hingga selesai tepat waktu tanpa harus merasakan *panic attack*.

Jakarta, 29 Agustus 2024

Penulis,



Ghina Hana Rifat

ANALISIS PERSEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM AKUN @JENNIERUBYJANE SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* CHANEL

GHINA HANA RIFAT

ABSTRAK

Brand ambassador merupakan indikator yang penting bagi sebuah merek untuk membentuk persepsi terhadap cerminan merek. Dalam konteks ini, persepsi *followers* Instagram terhadap Jennie BLACKPINK sebagai *brand ambassador* Chanel memainkan peran kunci dalam membentuk citra dan daya tarik merek tersebut. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif untuk menggali pandangan para pengikut akun @jennierubyjane. Berdasarkan teori persepsi Solomon—sensasi, atensi, dan interpretasi—ditemukan bahwa Jennie dipandang sebagai representasi ideal Chanel, mencerminkan elegansi dan kemewahan. Melalui unggahan akun Instagram @jennierubyjane tidak hanya memperkuat citra Chanel, tetapi juga memperluas daya tariknya, terutama di kalangan generasi muda. Jennie berhasil menarik perhatian *followers* pada produk-produk Chanel hingga ia mendapat julukan sebagai “*Human Chanel*”. Penelitian ini menegaskan peran strategis *brand ambassador* dalam memperkuat hubungan emosional dengan merek melalui media sosial.

Kata kunci: persepsi, Instagram, @jennierubyjane, *brand ambassador*

ANALYSIS OF FOLLOWERS' PERCEPTION OF INSTAGRAM ACCOUNT @JENNIERUBYJANE AS A CHANEL BRAND AMBASSADOR

GHINA HANA RIFAT

ABSTRACT

A brand ambassador is a crucial indicator for a brand in shaping perceptions of its image. In this context, the perception of Instagram followers towards Jennie BLACKPINK as a brand ambassador for Chanel plays a key role in shaping the brand's image and appeal. This study employs a phenomenological method with a qualitative approach to explore the views of followers of the @jennierubyjane account. Based on Solomon's perception theory—sensation, attention, and interpretation—it was found that Jennie is seen as the ideal representation of Chanel, embodying elegance and luxury. Through the posts on the @jennierubyjane Instagram account, she not only reinforces Chanel's image but also broadens its appeal, especially among the younger generation. Jennie has successfully captured followers' attention to Chanel products, earning her the title of "Human Chanel." This study highlights the strategic role of brand ambassadors in strengthening emotional connections with a brand through social media.

Keywords: *perception, Instagram, @jennierubyjane, brand ambassador*

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II	14
KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1. Konsep yang Relevan	14
2.1.1. Persepsi	14
2.1.2. Instagram.....	16
2.1.3. <i>Brand ambassador</i>	18
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	19
2.3. Novelty atau Kebaruan	31
2.4. Model Kerangka Pemikiran	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Desain dan Pendekatan	33
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	34
3.3. Pengumpulan Data	35
3.4. Analisa Data	37
3.5. Triangulasi Data	37
3.6. Operasional Konsep	39
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	41

4.1.1. Profil akun Instagram @Jennierubyjane	41
4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	43
4.2. Penyajian Data	46
4.2.1 Hasil Observasi Akun Instagram @Jennierubyjane	47
4.2.2 Analisis Persepsi <i>Followers</i> Akun Instagram @Jennierubyjane.....	48
4.3. Pembahasan dan Diskusi	52
4.3.1. Jennie BLACKPINK dikenal sebagai <i>Human Chanel</i>	53
4.3.2. Jennie BLACKPINK sebagai Trendsetter	55
4.3.3. Kualitas Postingan dari Jennie BLACKPINK	57
BAB V.....	60
SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Simpulan	60
5.2. Kendala dan Keterbatasan	60
5.3. Saran dan Implikasi	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65
SKRIPSI WAWANCARA – INFORMAN 1.....	65
LAMPIRAN.....	68
SKRIPSI WAWANCARA – INFORMAN 2.....	68
LAMPIRAN.....	72
SKRIPSI WAWANCARA – INFORMAN 3.....	72
LAMPIRAN.....	76
HASIL DOKUMENTASI	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indonesia sebagai pengguna Internet terbanyak hingga 77% dari populasi negara Indonesia	2
Gambar 1.2 Indonesia sebagai penggemar K-POP No.1 di Dunia.....	3
Gambar 1.3 Sosial Media Instagram @jennierubyjane.....	7
Gambar 1.4 Unggahan Instagram @jennierubyjane mengenai COCO Crush.....	8
Gambar 1.5 Unggahan Instagram @jennierubyjane saat menggunakan Chanel di konser BLACKPINK.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Profil Instagram @Jennierubyjane.....	39
Gambar 4.2 Beberapa unggahan @Jennierubyjane menggunakan Chanel.....	40
Gambar 4.3 Citra Wulandari.....	41
Gambar 4.4 Putu Sintya.....	42
Gambar 4.5 Andira Chairunnisa.....	43
Gambar 4.6 Jennie pada acara Chanel Fashion Show di Tokyo.....	51
Gambar 4.7 Jennie di Iklan Chanel Coco Crush.....	52
Gambar 4.8 Jennie pada acara pemotretan Chanel Fashion Show	54
Gambar 1 Wawancara dengan Citra Wulandari.....	75
Gambar 2 Wawancara dengan Putu Sintya.....	75
Gambar 3 Wawancara dengan Andira Chairunnisa.....	76