

**PENGARUH *PERSONAL GROUP BRANDING* BOYBAND ATEEZ  
TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

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

**Ilmu Komunikasi**



**ARDHINI FAIRUZ SALSABILA**

**1191003129**

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


**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

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

Nama : Ardhini Fairuz Salsabila

NIM : 1191003129

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Oktober 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ardhini Fairuz Salsabila  
NIM : 1191003129  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Group Branding Boyband  
Ateez Terhadap Loyalitas Penggemar Di Jakarta

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.



Pembahas 1 : Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.M



Pembahas 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D.



Ditetapkan di

Jakarta 12 Oktober 2024

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT berkat segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Personal Group Branding Boyband Ateez* Terhadap Loyalitas Penggemar” hingga selesai. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan untuk menjadi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie.

Selama penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang selalu mengalir dan melimpahkan sehingga memberikan kemudahan serta kelancaran bagi penulis dalam melakukan proses penyusunan tugas akhir ini dari awal hingga akhir proses penelitian ini.

### **2. Orang Tua**

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua terkasih, Mama dan Papa yang selalu senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk apapun. Berkat kasih sayang dan dukungan yang diberikan mampu membuat penulis untuk tetap semangat dalam menjalankan semua proses ini dari awal hingga akhir.

### **3. Bapak Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.si.**

Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang selalu membantu dan mengarahkan dalam pengerjaan hingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar.

### **4. Fille Noity**

Teman-teman yang selalu memberikan dukungan, menguatkan dan

mendengarkan keluh kesah penulis dari masa sekolah menengah hingga saat ini yaitu Rizka Alvina, Naura Syifa, Cici, Salsa, Syifa Haura, Naila El, Zalfa Alya, Marie Sella, Diva Nakia dan Gelora Idaon.

#### **5. Teman – Teman Kuliah**

Teman-teman kuliah yang sudah memberikan dukungan dan memberikan hiburan sejak masa awal perkuliahan hingga saat ini yaitu Bagas Arya, Amy Pramudityo, Ananda Rizky, Anna Maritsa dan Cysilia Yosefania Baon.

#### **6. Jakpro Team**

Tak lupa juga Terima kasih penulis sampaikan kepada Jakpro – Corsec teams yaitu Mba Melisa, Mas Ozi, Mas Yan, Mas Egi, Mba Shofi, Mba Asky, Fiya, Mas Yogi, Mas Upi, Mas Gilbal dan Mas Hifdzi yang sudah memberikan dukungan dan pengertiannya selama penulis berkuliah hingga penulisan Tugas Akhir.

#### **7. Exo, Ateez dan Seventeen**

Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada tiga *group* hebat yang telah menjadi semangat utama penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Berkat karya – karya mereka yang selalu menemani dan menghibur penulis selama menyusun tugas akhir ini. Semoga kalian bisa terus berkarya dan bersinar terang. *I'll be here, always. let's love!*

*Last but not least. I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ardhini Fairuz Salsabila  
NIM : 1191003129  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : 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:

### **“PENGARUH *PERSONAL GROUP BRANDING* BOYBAND ATEEZ TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR DI JAKARTA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) 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 sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Ardhini Fairuz Salsabila

# **PENGARUH *PERSONAL GROUP BRANDING BOYBAND ATEEZ* TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR**

ARDHINI FAIRUZ SALSABILA

---

## **ABSTRAK**

Penelitian yang menggunakan teori *Personal Branding* dan *Loyalitas* ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Personal Branding* mempengaruhi loyalitas penggemar. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 380 penggemar melalui kuesioner sebagai sampel yang dikumpulkan dengan teknik *simple random sampling*, dan dibantu dengan *software* IBM SPSS *Statistics* 23 dalam pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya korelasi yang berada ditingkat sedang antara Variabel X (*Personal Branding*) terhadap Variabel Y (*Loyalitas*) dengan koefisien determinasi diperoleh *R Square* sebesar 0,203. Hal ini berarti sebesar 20,3% loyalitas penggemar dipengaruhi oleh *Personal Branding*. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji korelasi antara komponen Variabel X (*Personal Branding*) terhadap Variabel Y (*Loyalitas*) didapatkan bahwa aspek pertama yang dilihat oleh para penggemar pada suatu *group* merupakan komponen kekhasan (ciri khas).

**Kata Kunci:** *Personal Branding*, Loyalitas Penggemar, Ateez.

# **PENGARUH *PERSONAL GROUP BRANDING* BOYBAND ATEEZ TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR**

ARDHINI FAIRUZ SALSABILA

---

## **ABSTRACT**

*This research, which uses Personal Branding and loyalty theory, aims to find out how the influence of Personal Branding affects fan loyalty—using a quantitative approach by involving 380 fans through a questionnaire as a sample collected using a simple random sampling technique, and assisted by IBM SPSS Statistics 23 software in processing the data. The research results show a moderate correlation between Variable X (Personal Branding) and Variable Y (loyalty) with a coefficient of determination obtained R Square of 0.203. This means that 20.3% of fan loyalty is influenced by Personal Branding. Meanwhile, the rest is influenced by other factors not examined in this research. Based on the results of the correlation test between the components of Variable.*

**Keywords:** *Personal Branding, Fan Loyalty, Ateez.*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK.....	7
BAB I.....	9
PENDAHULUAN .....	9
1.1    LATAR BELAKANG.....	9
1.2    Rumusan Masalah .....	16
1.3    Tujuan Penelitian .....	16
1.4    Manfaat Penelitian .....	17
BAB II .....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1    Teori yang Relevan .....	18
2.1.1 <i>Personal Branding</i> .....	18
2.1.2    Konsep Utama <i>Personal Branding</i> .....	20
2.1.3    Karakteristik <i>Personal Branding</i> .....	23
2.1.4    Fungsi <i>Personal Branding</i> .....	24
2.1.5    Loyalitas.....	25
2.2    Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis.....	27
2.3    Model Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	35
2.3.1    Kerangka Pemikiran .....	35
2.3.2    Hipotesis.....	36
BAB III .....	37
METODE PENELITIAN .....	37
3.1    Desain dan Pendekatan .....	37
3.2    Populasi dan Sampling.....	38

3.2.1	Populasi .....	38
3.2.2	Sampling.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran .....	40
3.3.1	Kuesioner (angket).....	40
3.3.2	Studi Kepustakaan .....	41
3.3.3	Penelusuran Data <i>Online</i> .....	41
3.4	Analisis Data.....	42
3.4.1	Uji Instrumen Penelitian .....	42
3.4.2	Uji Koefisien Determinasi.....	44
3.4.3	Uji Regresi Linier Sederhana .....	44
3.4.4	Uji Hipotesis .....	45
3.5	Operasionalisasi Konsep .....	46
BAB IV .....		47
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		47
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	47
4.2	Hasil Karakteristik Responden.....	50
4.3	Penyajian Data.....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	54
4.3.1.1	Analisis Deskriptif Responden .....	54
4.4	Hasil Analisis Statistik .....	64
4.4.1	Uji Normalitas .....	64
4.4.2	Uji Validitas.....	65
4.4.3	Uji Reliabilitas.....	66
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi .....	68
4.4.5	Uji Koefisien Korelasi .....	69
4.4.6	Uji Linearitas .....	70

4.4.7 Uji Regresi Linier Sederhana.....	70
4.4.8 Uji Hipotesis.....	72
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82