

**PENGARUH *ATTRACTIVENESS* DITA KARANG
SECRET NUMBER SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK NACIFIC
INDONESIA**

(Studi Pada *Followers* Akun Instagram @nacificofficial.id)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

FELICIA NAFIRSTYA DEYZITTA

17 09 06330 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *ATTRACTIVENESS* DITA KARANG SECRET NUMBER
SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK
NACIFIC INDONESIA**

(Studi Pada *Followers* Akun Instagram @nacificofficial.id)

SKRIPSI

Diajukan Guna Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program
Studi Ilmu Komunikasi

disusun Oleh :

FELICIA NAFIRSTYA DEYZITTA

17 09 06330 / Kom

Disetujui Oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA., Ph.D.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH *ATTRACTIVENESS* DITA KARANG
SECRET NUMBER SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK NACIFIC
INDONESIA (Studi Pada *Followers* Akun Instagram
@nacifiofficial.id)

Penyusun : Felicia Nafirstya Deyzitta
NIM : 170906330

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada,

Hari/Tanggal : Senin, 26 Juli 2021
Pukul : 14.00 WIB
Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA., Ph.D.
Penguji Utama



Ina Nur Ratriyana, MA.
Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro, M.I.Kom.
Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Felicia Nafirstya Deyzitta

No. Mahasiswa : 170906330

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh *Attractiveness* Dita Karang Secret Number Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Produk Nacific Indonesia (Studi Pada *Followers* Akun Instagram @nacificofficial.id)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan penulis karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran diri sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 10 Juli 2021


Felicia Nafirstya Deyzitta

**PENGARUH *ATTRACTIVENESS* DITA KARANG SECRET
NUMBER SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
BRAND IMAGE PRODUK NACIFIC INDONESIA (Studi Pada
Followers Akun Instagram @nacificofficial.id)**

ABSTRAK

Pada pertengahan 1990-an musik pop Korea pertama kali mulai mendapatkan perhatian internasional yang lebih luas dengan nama “Gelombang Korea”, atau “Hallyu” dalam bahasa Korea. Gelombang Korea ini lebih dikenal dengan sebutan “K-Pop” yang merupakan akronim dari “Korean Pop”. Mulai akhir tahun 2000-an, K-Pop yang mulanya hanya dikenal oleh masyarakat Korea dan Tiongkok, lalu makin menyebar ke banyak wilayah seperti Jepang, Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika Serikat. Gelombang ini menjadi semakin global karena mendapatkan pengakuan dari berbagai belahan dunia dan juga dinikmati oleh banyak orang, termasuk Indonesia. Fenomena K-Pop di Indonesia tidak hanya menjadi bagian dari industri hiburan saja, namun juga menjadi bagian dari perekonomian suatu perusahaan. Banyak perusahaan di Indonesia yang bekerjasama dengan selebriti K-Pop untuk mempromosikan produknya, misalnya dengan menjadi *endorser* atau *brand ambassador*.

Penelitian ini menggunakan teori retorika Aristoteles, *brand ambassador*, dan *brand image* karena ingin melihat pengaruh *attractiveness* Dita Karang Secret Number sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* dari produk Nacific Indonesia. Salah satu aspek yang harus dimiliki oleh *brand ambassador* adalah aspek *attractiveness* dan peran dari seorang *brand ambassador* sebagai *spokesperson* serta wajah dari sebuah *brand* atau perusahaan adalah dengan memenuhi tiga aspek dari teori retorika yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Brand ambassador* yang ideal seharusnya dapat mempengaruhi *brand image*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada 100 *followers* dari akun Instagram @nacificofficial.id. Kemudian data akan diolah menggunakan teknik uji regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attractiveness* Dita Karang Secret Number sebagai *brand ambassador* memiliki pengaruh sebesar 35,8% dengan koefisien korelasi 0,598 terhadap *brand image* produk Nacific Indonesia. Pengaruhnya tergolong dalam kategori sedang dan hipotesis penelitian ini diterima.

Kata Kunci : *Attractiveness*, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dita Karang Secret Number, K-Pop, Nacific Indonesia.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

- **Tuhan Yesus Kristus**, karena berkat, cinta kasih, serta karunia-Nya yang selalu melimpah di setiap waktunya sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini,
- **Kedua orang tua yang tercinta**, karena kepercayaan, dukungan, serta doa yang tidak pernah putus di dalam mendoakan setiap langkah yang diambil,
- **Dosen Pembimbing Skripsi**, karena memberikan bimbingan dan juga masukan-masukan sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini,
- **Sahabat serta teman-teman SMA dan Kuliah**, karena dukungan dan bantuan yang selalu lebih dari cukup sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dan pantang menyerah untuk menyelesaikan serangkaian proses panjang ini.

*“Being thankful or giving thanks is
one of keys to be happy”*

- Mark Lee -

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria karena berkat, kasih karunia, dan penyertaannya yang diberikan kepada penulis, sehingga pada akhirnya penulis dapat berhasil menuntaskan rangkaian proses dalam menyusun tugas akhir untuk meraih gelar S.I.Kom (Sarjana Ilmu Komunikasi). Waktu, pikiran, dan tenaga untuk keberlangsungan tugas akhir ini tidak hanya diupayakan dan dikerahkan oleh penulis saja. Penulis juga mendapatkan dukungan dari banyak pihak.

Rasa syukur dan terima kasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang turut ambil bagian dalam perjuangan panjang penyusunan tugas akhir ini. Tanpa pihak-pihak ini, perjuangan penulis pasti akan terasa sangat berat, atau bahkan terasa tidak mungkin untuk diselesaikan. Permohonan maaf juga diucapkan, jika dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis membuat repot atau terkesan menjadi orang yang “tidak peka” atau cenderung *unsocial*. Berikut pihak-pihak yang saya sebut “orang keren” yang menjadi alasan bagi penulis untuk terus semangat dan sehat sepanjang perjuangan menyelesaikan tugas akhir ini :

1. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang telah membimbing mulai dari proses penyusunan skripsi dengan memberikan ilmu-ilmu baru dan *insight*, serta memberikan kritik yang dapat membangun saya, hingga akhirnya saya dapat mencapai tahap akhir dari serangkaian proses meraih gelar sarjana.
2. Kedua orang tua saya yang terkasih, terima kasih Papa dan Mama yang selalu mendukung dan memenuhi kebutuhan saya baik jasmani dan rohani setiap saat, serta memberikan motivasi untuk lulus tepat pada waktunya.
3. Ibu Ina Nur Ratriyana, MA. dan Bapak Immanuel Dwi A.T, M.I.Kom. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan, sehingga penelitian ini dapat menjadi semakin baik.

4. Sahabat-sahabat saya di grup “Tabok Aqoe” : Arrafilia Paramajna, Cresentia Amilta Tysanashafira Larastiti, Evelyne Apriliani Kho, Grace Meety Dian Lestari Sinambela, Maria Mediatrice Chrisanty Paramitya, Tasha Prijanto Putri, Tioria Aldesika Simbolon, dan Yacinta Rhea Simbolon, yang selalu menjadi ‘*life partner*’ dalam banyak hal (baik dalam bertukar pendapat, berkeluh kesah, bahkan berdebat). Sebuah berkat dan hadiah dari Tuhan bisa bertemu kalian di SMA Stella Duce 1 dan *my pleasure* bisa berproses bersama kalian hingga saat ini (dan berharap juga seterusnya). Terima kasih sahabat, sudah berproses bersama menjadi lebih baik dalam setiap prosesnya. Terima kasih karena berada tetap di sisi saya. Saya beruntung punya kalian, kalian orang-orang keren.
5. Sahabat-sahabat saya yang saya dapatkan sejak menjadi mahasiswa di Universitas Atma Jaya Yogyakarta: Andrea Aurelia Crysanta Sudjiatmaja, Amelia Pertiwi, Peter Cantona Astinaputra Johan, Natalia Febiola Wartama, saya berterima kasih karena kalian selalu ‘membangun’ saya untuk menjadi seseorang yang lebih baik. Tanpa kalian rasanya tidak mungkin melalui serangkaian proses kuliah yang cukup panjang dan rumit ini. Saya sangat beruntung dan bersyukur sekali bisa berproses bersama orang-orang hebat seperti kalian. *I’m beyond grateful guys, thank you.*
6. Priska Devi Alvita Putri, sahabat saya sejak duduk di bangku SMP, yang menjadi 24/7 saya dalam banyak hal (terutama di semester setelah mengambil konsentrasi studi). Terima kasih Ca, buat semuanya karena sudah berjuang sama-sama sampai sekarang, mau mendengarkan segalanya (dari mulai yang penting sampai gak penting sekalipun).
7. Agustina Leoni Candra Yoni, sahabat saya (sebenarnya sudah kenal dari SMA tapi baru jadi sahabat saat kuliah) yang sebenarnya sangat *unpredictable, talkative*, dan ‘*happy virus*’. Terima kasih karena sudah berbagi banyak hal bersama dan juga berjuang bersama.

Kamu keren Le, karena kamu lawak dan itu baik. *Jeno once said to Haechan : "I don't love you, I just like you"*.

8. Teman-teman lain dan kakak-kakak saya di UAJY : Gaby Bages, Vania Pramudita (Vevan), Ayuk, Vindy, Kak Verena, Kak Rona, Kak Ave, Kak Bela, Kak Adi, Kak Edi, Kak Clara, Kak Anselma, Kak Doni, Mario Paristyan, Albi, Yogha Dharma, dan yang lain, terima kasih sudah menjadi teman dan kakak saya selama masa kuliah. Semoga bisa selalu seperti itu.
9. *My idols* yang bernaung di bawah nama EXO, NCT, dan Stray Kids. Jejeran bias saya; Park Chanyeol, Mark Lee, Dong Sicheng, Park Jisung, Kim Doyoung, Yang Jeongin, Han Jisung, serta member yang lain. Terima kasih sudah menjadi salah satu motivasi saya untuk menyelesaikan tugas akhir.
10. Asisten LDPKM 2019/2020, BEM FISIP UAJY 2018/2019, Kantor Humas, Sekretariat dan Protokol UAJY, Komunitas Garuda Katolik, yang menjadi tempat untuk mengembangkan serta mengasah kepribadian dan kemampuan saya. Terima kasih juga sudah menjadi tempat untuk 'mempertajam' karakter diri saya selama menempuh pendidikan tinggi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Salam Hangat dan Hormat,

Felicia Nafirstya Deyzitta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASILAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
F. Kerangka Konsep	19
G. Definisi Operasional	22
H. Metodologi Penelitian	26
1. Jenis Penelitian	26
2. Metode Penelitian	26
3. Lokasi Penelitian	26
4. Populasi dan Sampel	27

5. Teknik Pengumpulan Data	28
6. Teknik Pengukuran Data	28
7. Metode Pengujian Instrumen	29
a) Uji Validitas	30
b) Uji Reliabilitas	31
8. Metode Analisis Data	32
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	36
A. Nacific	36
B. Secret Number	39
C. Dita Karang	42
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Temuan Data	45
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	45
2. Analisis Deskriptif	48
3. Analisis Karakteristik Responden	63
4. Uji Regresi Linier Sederhana	72
B. Pembahasan	75
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

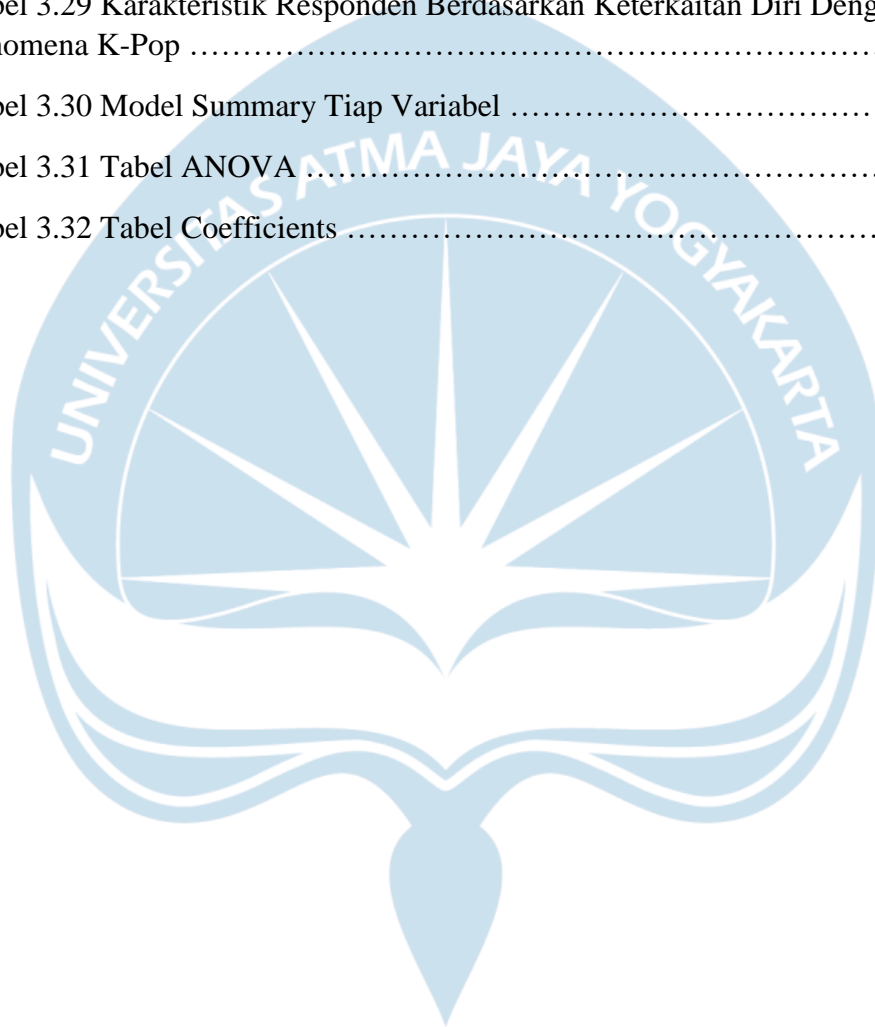
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Rata-Rata Pengunjung Bulanan E-Commerce Indonesia Periode 30 Juni 2019 s.d. 1 Juli 2020.....	3
Gambar 1.2. <i>Idol Group</i> Secret Number	5
Gambar 1.3. Dita Karang Secret Number Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Nacific Indonesia	5
Gambar 2.1. Logo <i>Brand</i> Nacific	36
Gambar 2.2. Salah satu produk <i>skincare</i> Nacific “Fresh Herb”	38
Gambar 2.3. Salah satu produk kosmetik Nacific “Fresh Herb Origin Cover Cushion”	38
Gambar 2.4. <i>Preview</i> Harga Beberapa Produk Nacific Pada Platform <i>E-commerce</i> Shopee	38
Gambar 2.5. Secret Number meraih Best New Female Artist dalam ajang penghargaan Asia Artist Award 2020	39
Gambar 2.6. <i>Single</i> Pertama Secret Number “Who Dis?”	41
Gambar 2.7. <i>Single</i> Kedua Secret Number “Got That Boom”	41
Gambar 2.8. Foto Kelulusan Dita dari AMDA	42
Gambar 2.9. Dita Menjadi Tamu dalam <i>Reality Show</i> “Good Friends” yang dibawakan oleh Rafael Tan	44
Gambar 2.10. Dita Menjadi Tamu dalam <i>vlog</i> Sunny Dahye	44
Gambar 3.1. Rekap Rata-Rata Interval Variabel X	77
Gambar 3.2. Rekap Rata-Rata Interval Variabel Y	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional	23
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel <i>Attractiveness</i>	46
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel <i>Brand Image</i>	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel	48
Tabel 3.4 <i>Attractiveness</i> Dita Karang Secret Number Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Produk Nacific Indonesia	49
Tabel 3.5 <i>Brand Image</i> Produk Nacific Indonesia	51
Tabel 3.6 Interval <i>Item</i> Pernyataan X1	53
Tabel 3.7 Interval <i>Item</i> Pernyataan X2	54
Tabel 3.8 Interval <i>Item</i> Pernyataan X3	54
Tabel 3.9 Interval <i>Item</i> Pernyataan X4	55
Tabel 3.10 Interval <i>Item</i> Pernyataan X5	55
Tabel 3.11 Interval <i>Item</i> Pernyataan X6	56
Tabel 3.12 Interval <i>Item</i> Pernyataan X7	57
Tabel 3.13 Interval <i>Item</i> Pernyataan X8	57
Tabel 3.14 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y1	58
Tabel 3.15 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y2	58
Tabel 3.16 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y3	59
Tabel 3.17 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y4	60
Tabel 3.18 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y5	60
Tabel 3.19 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y6	61
Tabel 3.20 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y7	62
Tabel 3.21 Interval <i>Item</i> Pernyataan Y8	62
Tabel 3.22 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 3.23 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 3.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64

Tabel 3.25 <i>Cross Data</i> Usia Dengan Variabel <i>Attractiveness</i> (X)	66
Tabel 3.26 <i>Cross Data</i> Usia Dengan Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	66
Tabel 3.27 <i>Cross Data</i> Pekerjaan Dengan Variabel <i>Attractiveness</i> (X)	67
Tabel 3.28 <i>Cross Data</i> Pekerjaan Dengan Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	68
Tabel 3.29 Karakteristik Responden Berdasarkan Keterkaitan Diri Dengan Fenomena K-Pop	70
Tabel 3.30 Model Summary Tiap Variabel	72
Tabel 3.31 Tabel ANOVA	73
Tabel 3.32 Tabel Coefficients	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS

