

**KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS BENING'S*
INDONESIA**



SKRIPSI

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

Oleh :

Alexander Uriel Natanael

180906639

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS BENING'S*
INDONESIA**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

disusun oleh :

Alexander Uriel Natanael

180906639

disetujui oleh :



Drs. Josep J. Darmawan, M.A.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS* BENING'S INDONESIA

Penyusun : Alexander Uriel Natanael

NPM : 180906639

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 28 Februari 2023

Pukul : 11.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3, Kampus IV Gedung Theresa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 5 Yogyakarta 55281.

TIM PENGUJI

Drs. Josep J. Darmanwan, M.A.

Penguji Utama



Olivia Lewi Pramesti, S.Sos., M.Si

Penguji I



Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alexander Uriel Natanael

NPM : 180906639

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS* BENING'S INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Februari 2023

Saya yang menyatakan,



Alexander Uriel Natanael

KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS* BENING'S
INDONESIA

ABSTRAK

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi saat ini memberikan dampak yang besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, di antaranya proses komunikasi serta penerimaan informasi yang serba digital. Salah satu bentuk proses komunikasi yang saat ini ikut berkembang adalah pemasaran produk yang banyak menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan sebuah produk. Dalam mempromosikan sebuah produk, sebuah perusahaan atau *brand* (merek) memiliki banyak cara, seperti menerapkan strategi iklan dengan menggunakan *brand ambassador*. Salah satu *brand* yang menggunakan strategi *brand ambassador* adalah Bening's Indonesia yang menunjuk Nikita Mirzani menjadi salah satu *brand ambassador* untuk merepresentasikan merek dan produk dari Bening's Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kredibilitas Nikita Mirzani sebagai *brand ambassador* dari Bening's Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Penelitian ini dibantu oleh 100 responden yang telah sesuai dengan kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan jumlah yang keluar dari penghitungan *purposive sampling* yang sudah dilakukan. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 26.

Penelitian ini mendapatkan hasil nilai keempat dimensi dalam kredibilitas menunjukkan kategori kuat. Hal ini menunjukkan bahwa Nikita Mirzani adalah orang yang kredibel dalam menjadi *brand ambassador* dari Bening's Indonesia. Nilai *mean* tertinggi berada pada dimensi *knowledge* (pengetahuan) dengan nilai *mean* 3,1 yang berarti Nikita Mirzani memiliki pengetahuan seputar dunia kecantikan dan produk dari Bening's Indonesia, yang kemudian disusul dengan *trusted* (dapat dipercaya) dengan nilai *mean* 3,03, kemudian disusul dengan dimensi *experience* (pengalaman) dengan nilai *mean* 2,98 dan nilai *mean* dimensi paling bawah adalah *skill* (keahlian) dengan nilai 2,96.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Kredibilitas *Brand Ambassador*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, kasih dan karunia-Nya, skripsi yang disusun oleh penulis dapat terselesaikan dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.). Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, berkat, rezeki dan tuntunan dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Ibu saya yang selalu membimbing, mengusahakan kebutuhan, mendukung dari berbagai aspek dan selalu mendoakan saya.
3. Adik saya yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada saya.
4. Keluarga saya yang juga turut membantu dalam mengusahakan kebutuhan saya
5. Bapak Josep Joedhie Darmawan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan dan saran demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Christina S. Alusinsing yang sudah membantu saya dalam memberikan saran dan mendukung dari berbagai aspek.
7. Beberapa teman dekat yang sudah membantu dan memberikan dukungan.
8. Kepada para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner demi kelancaran skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian	8
E. Kerangka Teori	9
F. Defenisi Konsep	12
G. Metodologi Penelitian	15
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	21
A. Nikita Mirzani (<i>Brand Ambassador</i> Bening's Indonesia)	21
B. Bening's Indonesia	23
C. <i>Followers</i> Instagram Bening's Indonesia	24
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	25
A. Temuan Data	25
B. Analisis Data	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	x

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	13
Tabel 3.1	25
Tabel 3.2	26
Tabel 3.3	27
Tabel 3.4	27
Tabel 3.5	28
Tabel 3.6	29
Tabel 3.7	30
Tabel 3.8	31
Tabel 3.9	32
Tabel 3.10	33
Tabel 3.11	34
Tabel 3.12	35
Tabel 3.13	36
Tabel 3.14	38
Tabel 3.15	39
Tabel 3.16	40
Tabel 3.17	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	4
Gambar 1.2	5
Gambar 2.1	21
Gambar 2.2	22
Gambar 2.3	22

