

DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* JI CHANG WOOK PADA IKLAN

“KINTAKUN X JI CHANG WOOK”

(Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Instagram @jichangwook_id)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.kom)

Nadya Rachelia

180906723/Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* JI CHANG WOOK PADA IKLAN
"KINTAKUN X JI CHANG WOOK"

SKRIPSI

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

disusun oleh :

NADYA RACHELIA

180906723

disetujui oleh :



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR JI CHANG WOOK PADA IKLAN “KINTAKUN X JI CHANG WOOK”*

Penyusun : Nadya Rachelia

NPM : 180906723

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 29 Maret 2023

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Kampus 4 UAJY

TIM PENGUJI

Yudi Perbawarningsih, Dra., M.Si., Dr.Phil

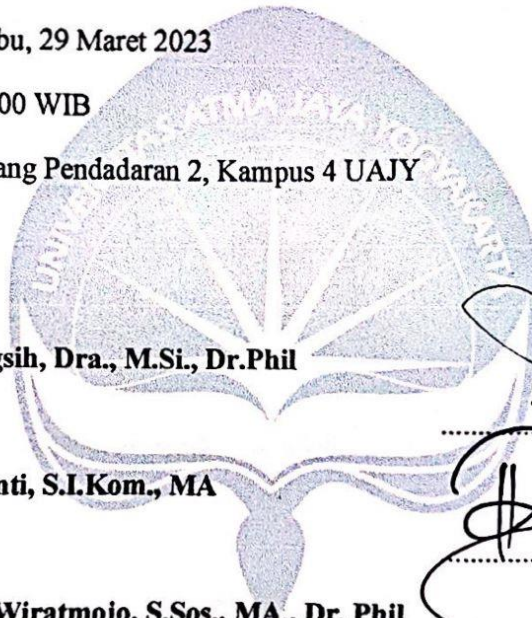
Penguji Utama

Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA

Penguji I

Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Dr. Phil

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Rachelia

NPM : 180906723

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Daya Tarik Brand Ambassador Ji Chang Wook Pada Iklan “Kintakun X Ji Chang Wook” (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Instagram @jichangwook_id)

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 keserjanaan saya.

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

Yogyakarta, 4 April 2023

Saya yang menyatakan,



Nadya Rachelia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ketika aku berpikir: “Kakiku goyang,” maka kasih setia-Mu, ya Tuhan, menyokong aku. Apabila bertambah banyak pikiran dalam batinku, penghiburan-Mu menyenangkan jiwaku.

Mazmur 94:18-19

Penulis dengan rendah hati mengucapkan syukur kepada Yesus selama pengerjaan skripsi ini meskipun penuh rintangan namun pertolongan-Nya selalu ada sepanjang waktu. Ketika penulis sedang mengerjakan skripsi di dalam kamar sendirian, terdapat sepenggal lirik lagu rohani yang tiba-tiba membuat penulis tersentuh, liriknya sebagai berikut:

*“Tuhan Kau setia padaku. Yang kupegang hanya janji-Mu, kupercayakan hidupku
Kuyakini pertolongan-Mu, takkan terlambat bagiku”*

Terimakasih ya Tuhan. Selain itu, penulis juga sangat berterimakasih kepada orangtua dan kakak bahkan sahabat terdekat untuk dukungan serta doa yang diberikan. Semoga Tuhan menyertai kalian semua! *Love u all.*

Nadya Rachelia
180906723 / KOM

DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* JI CHANG WOOK PADA IKLAN “KINTAKUN X JI CHANG WOOK”

**(Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Akun Instagram
@jichangwook_id)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik *brand ambassador* Ji Chang Wook pada iklan “Kintakun x Ji Chang Wook”. Permasalahan ini diangkat karena maraknya penggunaan *brand ambassador* dari Korea Selatan di Indonesia dan salah satunya adalah Kintakun yang merupakan *brand bedding goods* pertama di Indonesia yang menggunakan aktor Korea Selatan, yaitu Ji Chang Wook sebagai *brand ambassador* produknya. Pemilihan Ji Chang Wook pada penelitian ini juga karena Ji Chang Wook pertama kali menjadi *brand ambassador* produk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana daya tarik *brand ambassador* Ji Chang Wook pada iklan “Kintakun x Ji Chang Wook”.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang merupakan pengikut akun Instagram @jichangwook_id dan menyasar pada generasi milenial (usia 24-39 tahun). Kuisisioner dari penelitian ini memiliki 14 pernyataan di dalamnya, yang mana juga sebelumnya telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Analisis data juga menggunakan distribusi frekuensi dan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik *brand ambassador* Ji Chang Wook tinggi pada iklan “Kintakun x Ji Chang Wook”. Hal tersebut dikarenakan nilai mean dalam penelitian ini sebesar 3,87 sehingga dapat dikategorikan kuat. Pada penelitian ini, aspek *likeability* memiliki nilai mean sebesar 3,93 yang berarti aspek pada daya tarik *brand ambassador* ini menjadi aspek paling unggul dibandingkan dengan aspek lainnya.

Kata kunci: daya tarik, *brand ambassador*, iklan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala kebaikan serta kemurahan Tuhan Yesus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sampai akhir. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan mendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan kasihnya dan selalu menyertai dalam segala keadaan apapun. Terimakasih Yesus untuk hikmat serta penyertaan-Mu yang sempurna selama pengerjaan skripsi ini.
2. Papa, Mama, dan Ce Lala terimakasih telah mendukung dan memberikan doa kepada penulis hingga pada akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini berkat dukungan kalian.
3. Rebekka Rismayanti, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing serta mengarahkan dengan baik. Terimakasih banyak Mbak Bekka untuk setiap ilmu yang diberikan. Sehat selalu, Mbak. *God Bless*.
4. Teman-teman terdekat di kelas F, terkhusus untuk grup pesut, es moerni 78, pejuang *mental health*. Lalu khusus juga untuk Felis, Yokek, Bebong, dan Ragil yang telah sangat membantu selama pengerjaan skripsi ini dan selalu menyemangati. Terimakasih untuk waktunya selama ini di Jogja. Terimakasih juga sudah menjadi tempat saling berbagi cerita bahkan menjadi tempat berkeluh kesah. Sukses untuk kalian semua!
5. Terimakasih juga kepada sahabat terdekat dari SD yang sedang berada di Jogja bahkan di luar Jogja. Terimakasih untuk kebaikannya selama ini.

6. Untuk salah satu orang yang tidak bisa disebutkan namanya, terimakasih sudah menemani penulis beberapa bulan ini selama mengerjakan skripsi. Terimakasih untuk doanya setiap hari dan terus mendukung penulis selama pengerjaan skripsi ini!
7. BTS, The Weeknd, Niki, Harry Styles, SZA, LANY, New Jeans, Taylor Swift, JPCC Worship, GMS, dan lainnya. Terimakasih telah menemani selama pengerjaan skripsi dan membuat mood penulis menjadi bagus. Ditunggu album barunya!
8. *Last but not least* untuk diri sendiri yang sudah berjuang sampai saat ini. Terimakasih banyak sudah sabar menghadapi semua ini! Keren banget asli!

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	IV
ABSTRAK.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR TABEL.....	XI
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Akademis.....	11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. S-O-R.....	12
2. Komunikasi Pemasaran.....	14
3. Iklan.....	16
4. Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>	17
5. Media Sosial.....	19
F. Kerangka Konsep.....	21
G. Hipotesis.....	22
H. Definisi Operasional.....	22
I. Metodologi Penelitian.....	24

1. Jenis Penelitian.....	24
2. Metode Penelitian.....	24
3. Populasi Penelitian.....	25
4. Sampel Penelitian.....	25
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	29
6. Teknik Pengumpulan Data.....	31
7. Skala Pengukuran Data.....	32
8. Metode Analisis Data.....	33
BAB II.....	34
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	34
A. Profil Ji Chang Wook.....	34
B. Profil Kintakun.....	36
C. Akun Instagram @jichangwook_id.....	38
D. Pengikut akun Instagram @jichangwook_id.....	39
BAB III.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian.....	41
a. Jenis Kelamin Responden.....	42
b. Usia Pengikut Responden.....	43
c. Hasil Data	44
B. Pembahasan.....	57
1. Analisis Variabel Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>	59
BAB IV.....	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
1. Saran Akademis.....	64
2. Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Kintakun x Ji Chang Wook.....	6
Gambar 1.2 Foto Ji Chang Wook.....	7
Gambar 1.3 Iklan Kintakun x Ji Chang Wook di Instagram Kintakun.....	8
Gambar 1.4 Akun Instagram @jichangwook_id.....	9
Gambar 1.5 Model Kerangka Konsep.....	21
Gambar 2.1 Ji Chang Wook.....	34
Gambar 2.2 Ji Chang Wook.....	35
Gambar 2.3 Logo Kintakun.....	37
Gambar 2.4 Konten <i>Feeds</i> Instagram @jichangwook_id.....	39
Gambar 2.5 Akun Instagram @jichangwook_id.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Brand</i> dan Jumlah <i>Followers</i> Instagram.....	4
Tabel 1.5 Definisi Operasional.....	22
Tabel 1.6 Hasil Uji Validitas Variabel	28
Tabel 1.8 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 3.2 Usia Responden.....	43
Tabel 3.3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	43
Tabel 3.4 Hasil Data Indikator <i>Similarity</i>	45
Tabel 3.5 Hasil Data Indikator <i>Familiarity</i>	47
Tabel 3.6 Hasil Data Indikator <i>Likeability</i>	50
Tabel 3.7 Nilai Mean Variabel	53
Tabel 3.8 Tabulasi Silang Usia dan Variabel	54
Tabel 3.9 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Variabel.....	55
Tabel 3.10 Tabulasi Silang Usia dan Aspek Variabel	56
Tabel 3.11 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Aspek Variabel.....	57