

atau korelasinya sehingga dapat menghasilkan penelitian baru yang sejenis dan dapat memberikan informasi yang lebih luas lagi agar dapat menghasilkan penelitian yang bermanfaat.

## 2. Saran Praktis

Penelitian ini menghasilkan data yang menunjukkan bahwa aspek *similarity* dari daya tarik *brand ambassador* Ji Chang Wook menghasilkan nilai mean paling rendah di antara aspek variabel lainnya sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi Kintakun untuk lebih meningkatkan aspek *similarity* pada *brand ambassador* agar para konsumen dapat merasakan kedekatan dengan si *brand ambassador* sehingga dapat lebih menarik perhatian para masyarakat untuk mengikuti akun Kintakun di Instagram dan diharapkan Kintakun juga dapat mempertahankan aspek lainnya, seperti aspek *familiarity* dan *likeability* yang telah bagus bagi pengikutnya. Peneliti merasa bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan karena peneliti hanya berfokus pada media sosial Instagram, sedangkan Kintakun juga memiliki *platform* media sosial lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). Biografi Ji Chang Wook, Perjalanan Karir, Hingga Daftar Drama & Filmnya. *Gramedia*. Diakses melalui <https://www.gramedia.com/best-seller/biografi-ji-chang-wook/>
- Arikunto. (2010). *Prosedur penelitian suatu sendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G. E., & Belch, M., A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2018). Peran brand ambassador pada iklan dalam membangun brand awareness (studi kasus iklan youtube lg g7 thiq bts). *Jurnal Prologia*, 2(2).
- Bungin, B. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Depok: PT Raja Grafindo
- Carr, C., T., & Hayes, R., A. (2015). Social media: defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*.
- Dewi, M., A. (2018). Pengaruh iklan online melalui instagram terhadap keputusan pembelian bagi peningkatan penjualan produk kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi*, 3(1)
- Djaali. (2008). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising & IMC*. New York: McGraw Hill.
- Effendy, O., U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- (2009). *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ekarina. (2020). Pemilik Brand Pacu Belanja Iklan di Medsos, Instagram Favorit Peretail. *Kata Data*. Diakses melalui <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fc60a5bd0f0a/pemilik-brand-pacu-belanja-iklan-di-medsos-instagram-favorit-peretail>
- Eliasari, P., R., A., & Sukaatmadja, I., P., G. (2017). Pengaruh brand awareness terhadap purchase intention dimediasi oleh perceived quality dan brand loyalty. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12).
- Evans, D., & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing*. Indiana: Wiley Publishing.
- Faradilla, M., F. & Andarini, S. (2022). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli produk maybelline new york melalui sikap pada iklan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Febrian, A. (2021). Genjot penjualan saat pandemi, Kintakun manfaatkan kanal online. *Kontan*. Diakses melalui <https://lifestyle.kontan.co.id/news/genjot-penjualan-saat-pandemi-kintakun-manfaatkan-kanal-online>
- Fikri, C. (2022). Perluas Pasar Asia Tenggara, Kintakun Gandeng Bintang K-Pop. *Berita Satu*. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/lifestyle/913515/perluas-pasar-asia-tenggara-kintakun-gandeng-bintang-kpop>

- Girindratama, M., W., & Rudiawarni, F., A. (2022). Pengaruh business strategy terhadap tax planning: peran financial expertise dan institutional ownership. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 22(1).
- Greenwood, L. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley
- Huey, L., S., & Yazdanifard, R. (2014). How instagram can be used as a tool in social network marketing. 7(4).
- IdnTimes. (2022). Ada Ji Chang Wook, 12 Artis Korea Alumni Dankook University. IdnTimes. Dilansir melalui <https://www.idntimes.com/korea/kdrama/aminah-hafidzatunnisa/artis-korea-alumni-dankook-university-c1c2>
- Internal Group [@internalgroup.id]. (n.d.). *Followers* [Instagram profile]. Instagram. Diakses pada tanggal 8 September 2022, melalui <https://instagram.com/internalgroup.id?igshid=NjZiMGI4OTY=>
- Karim, A., A. (2019). Pengaruh tagline iklan “Axis Hits Bonus” dan brand ambassador terhadap brand awareness kartu axis. *Jurnal Movere*, 1(1).
- Kelly, et. al. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. 10(2).
- Kennedy, J., E., & Seomanagara R., D. (2006). *Marketing communication*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kintakun. (n.d.). Exclusive Product. Diakses pada tanggal 10 September 2022, melalui <https://store.kintakun-bedcover.co.id/kintakun-x-ji-chang-wook/#>

- Kintakun. (n.d.). About Us. Diakses pada tanggal 9 Maret 2023, melalui <https://store.kintakun-bedcover.co.id/about-us/>
- Kintakun [@kintakun\_collections]. (n.d.). *Followers* [Instagram profile]. Instagram. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022, melalui [https://instagram.com/kintakun\\_collections?igshid=NjZiMGI4OTY=](https://instagram.com/kintakun_collections?igshid=NjZiMGI4OTY=)
- Kintakun [@kintakun\_collections]. (2022, April 7.). *KINTAKUN x Ji Chang Wook* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CcCJDPQBtAW/?igshid=NjZiMGI4OTY=>
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kumparan. (2020). Perjalanan Karier dan Profil Ji Chang Wook. *Kumparan*. Dilansir melalui <https://kumparan.com/berita-kpop/perjalanan-karier-dan-profil-ji-chang-wook-1u2aiR0KQUb/4>
- Lee, M., & Carla, J. (2004). *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: Prenada.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.

- Macdonald, J. (2021). Positive COVID Test For Ji Chang-Wook Halts 'Sound of Magic' Production. *Forbes*. Diakses melalui <https://www.forbes.com/sites/joanmacdonald/2021/07/27/positive-covid-test-for-ji-chang-wook-halts-sound-of-magic-production/?sh=7956b3995eb0>
- Marvela. (2022). Tertunda 2 Tahun, Fan Meeting Ji Chang Wook di Jakarta Siap Digelar 3 Desember. *Tempo*. Diakses melalui <https://seleb.tempo.co/read/1634091/tertunda-2-tahun-fan-meeting-ji-chang-wook-di-jakarta-siap-digelar-3-desember>
- Masyita, D., A. & Yuliati, A., L. (2017). Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup l'oreal paris. *Jurnal Riset Akuntansi*, 3(1).
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal Tabularsa*, 6(1).
- Mauludin, L., A. (2022). Pandemi Covid-19 Bikin Tren Warga Benahi Kamar Tidur Supaya Nyaman Saat Habiskan Waktu di Rumah. *Tribun Jabar*. Diakses melalui <https://jabar.tribunnews.com/2022/01/31/pandemi-covid-19-bikin-tren-warga-benahi-kamar-tidur-supaya-nyaman-saat-habiskan-waktu-di-rumah>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Netherlands: SAGE Publications.

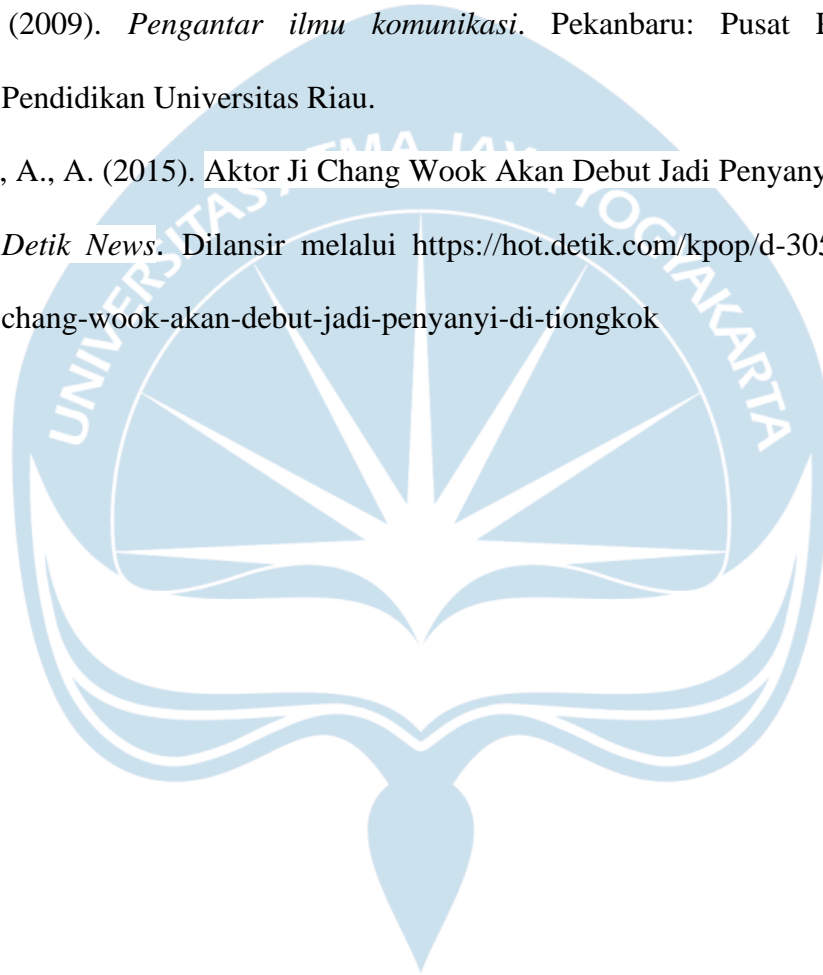
- My Love Bed Cover [@mylovebedcover]. (n.d.). *Followers* [Instagram profile].  
Instagram. Diakses pada tanggal 8 September 2022, melalui  
<https://instagram.com/mylovebedcover?igshid=NjZiMGI4OTY=>
- Neuman, W., L. (2016) *Metodologi penelitian sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Nurjoni. (2022). Sasar Pasar Asia Tenggara, Kintakun Tunjuk Ji Chang Wook Jadi Brand Ambassador. *Investor.id*. Diakses melalui  
<https://investor.id/business/289865/sasar-pasar-asia-tenggara-kintakun-tunjuk-ji-chang-wook-jadi-brand-ambassador>
- Putri, A., W. (2019). Indonesia: Pasar Menggiurkan Bagi Bisnis Budaya Pop Korea. *Tirto.id*. Diakses melalui <https://tirto.id/indonesia-pasar-menggiurkan-bagi-bisnis-budaya-pop-korea-dgq9>
- Rosyida, N., Z. (2022). 19 Drama Korea, 10 Film, dan 9 Video Klip yang Dibintangi Ji Chang Wook, yang Terbaru Ada If You Say Wish. *Portal Jember*. Diakses melalui <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-164004477/19-drama-korea-10-film-dan-9-video-klip-yang-dibintangi-ji-chang-wook-yang-terbaru-ada-if-you-say-wish>
- Sabrina, A. (2022). 15 Artis Korea Jadi Brand Ambassador Produk Lokal Indonesia. *Celebrities.id*. Diakses melalui <https://www.celebrities.id/read/15-artis-korea-jadi-brand-ambassador-produk-lokal-indonesia-1AI3F0?page=2>

- Saputra, A. (2022). Banyak Penggemar di Indonesia, Ji Chang Wook Ditunjuk jadi Brand Ambassador Produk Sprei. *Liputan6*. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4934064/banyak-penggemar-di-indonesia-ji-chang-wook-ditunjuk-jadi-brand-ambassador-produk-sprei>
- Sendari, A., A. (2019). Macan-Macam Iklan Berdasarkan Media yang Digunakan, Paling Efektif. *Liputan6*. Diakses melalui <https://hot.liputan6.com/read/4043642/macam-macam-iklan-berdasarkan-media-yang-digunakan-paling-efektif>
- Setyowati, D. (2020). Ampuhnya Pesona Artis Korea Mengerek Penjualan E-Commerce Indonesia. *Kata Data*. Diakses melalui <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8ac51a42afd/ampuhnya-pesona-artis-korea-mengerek-penjualan-e-commerce-indonesia>
- Shimp, T., A. (2003). *Periklanan, promosi, & aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shopback. (2022). 12 Merk Sprei Terbaik: Bahannya Halus dan Adem, Tidur Jadi Lebih Pulas!. Diakses melalui <https://www.shopback.co.id/katashopback/sprei>
- Sitanggang, D., D., K., P. (2022). Apa Itu Tugas Brand Ambassador, Manfaat, dan Tips Memilihnya. Diakses melalui <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6292837/apa-itu-tugas-brand-ambassador-manfaat-dan-tips-memilihnya>
- Sprei California [@californiasprei]. (n.d.). *Followers* [Instagram profile]. Instagram. Diakses pada tanggal 8 September 2022, melalui <https://instagram.com/californiasprei?igshid=NjZiMGI4OTY=>



- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- . (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: CV Alfabeta.
- . (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: CV Alfabeta.
- . (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: CV Alfabeta.
- . (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: CV Alfabeta.
- . (2018). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Top Brand Index Fase 1 2022. (2022). Diakses melalui [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=kintakun](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=kintakun)
- Usman, S. (2022). Edisi Spesial Kintakun X Ji Chang Wook Bisa Dibeli di Tokopedia dan Shopee. *Merdeka.com*. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/teknologi/edisi-spesial-kintakun-x-ji-chang-wook-bisa-dibeli-di-tokopedia-dan-shopee.html>
- West, R. (2008). *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi edisi ke 3*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Widiarko, I. (2022). 11 Idol Kpop yang Jadi Brand Ambassador Merek Dunia. *Celebrities.id*. Diakses melalui <https://www.celebrities.id/read/idol-kpop-yang-jadi-brand-ambassador-60n0Ro>
- Yasir. (2009). *Pengantar ilmu komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Yusron, A., A. (2015). Aktor Ji Chang Wook Akan Debut Jadi Penyanyi di Tiongkok. *Detik News*. Dilansir melalui <https://hot.detik.com/kpop/d-3058054/aktor-ji-chang-wook-akan-debut-jadi-penyanyi-di-tiongkok>





# **LAMPIRAN**

## A. Kuisisioner Pertanyaan

Daya Tarik *Brand Ambassador* Ji Chang Wook

<i>Similarity</i>					
No.	Pernyataan	Skala Pengukuran			
		SS	S	TS	STS
1.	Ji Chang Wook memiliki semangat dalam mengejar impian seperti generasi milenial.				
2.	Ji Chang Wook memiliki gaya berpakaian kekinian seperti generasi milenial.				
3.	Ji Chang Wook merupakan sosok yang produktif seperti generasi milenial.				

<i>Familiarity</i>					
No.	Pernyataan	Skala Pengukuran			
		SS	S	TS	STS
1.	Ji Chang Wook merupakan aktor Korea Selatan yang terkenal di Indonesia.				
2.	Saya mengetahui Ji Chang Wook terlebih dahulu sebelum iklan Kintakun x Ji Chang Wook <i>dipublish</i>				

3.	Saya pernah menonton drama televisi yang diperankan Ji Chang Wook.				
4.	Ji Chang Wook dikenal sebagai aktor seksi.				
5.	Ji Chang Wook dikenal sebagai aktor yang tampan.				

<i>Likeability</i>					
No.	Pernyataan	Skala Pengukuran			
		SS	S	TS	STS
1.	Ji Chang Wook menarik perhatian saya.				
2.	Ji Chang Wook merupakan aktor yang berkualitas.				
3.	Ji Chang Wook memiliki banyak prestasi.				
4.	Ji Chang Wook memiliki penampilan fisik yang menarik.				
5.	Ji Chang Wook memiliki wajah tampan yang mendukung sebagai seorang <i>brand ambassador</i> Kintakun.				
6.	Ji Chang Wook terlihat mempesona ketika menjadi <i>brand ambassador</i> Kintakun.				

## B. Kuisiner Google Form



### **Kuisiner Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Ji Chang Wook pada Iklan "Kintakun x Ji Chang Wook" (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Akun Instagram @jichangwook\_id)**

The form **Kuisiner Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Ji Chang Wook pada Iklan "Kintakun x Ji Chang Wook" (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Akun Instagram @jichangwook\_id)** is no longer accepting responses.

Jenis Kelamin \*

Laki-laki

Perempuan

Usia \*

< 24 tahun

24 - 30 tahun

31 - 39 tahun

> 39 tahun

Next Clear form



## Kuisiner Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Ji Chang Wook pada Iklan "Kintakun x Ji Chang Wook" (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Pengikut Akun Instagram @jichangwook\_id)

nadyarachelia9@gmail.com (not shared) [Switch account](#)

\* Required

DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR Ji Chang Wook

Indikator *Similarity*

Ji Chang Wook memiliki semangat dalam mengejar impian seperti generasi milenial. \*

1 2 3 4  
Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

Ji Chang Wook memiliki gaya berpakaian kekinian seperti generasi milenial. \*

1 2 3 4  
Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

Ji Chang Wook merupakan sosok yang produktif seperti generasi milenial. \*

1 2 3 4  
Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

---

**Indikator Familiarity**

---

Ji Chang Wook merupakan aktor Korea Selatan yang terkenal di Indonesia. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengetahui Ji Chang Wook terlebih dahulu sebelum iklan Kintakun x Ji Chang Wook dipublish. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya pernah menonton drama televisi yang diperankan Ji Chang Wook. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook dikenal sebagai aktor seksi. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

---



Ji Chang Wook dikenal sebagai aktor yang tampan. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

#### Indikator *Likeability*

Ji Chang Wook menarik perhatian saya. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook merupakan aktor yang berkualitas. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook memiliki banyak prestasi. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook memiliki penampilan fisik yang menarik. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook memiliki wajah tampan yang mendukung sebagai seorang *brand ambassador* Kintakun. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ji Chang Wook terlihat mempesona ketika menjadi *brand ambassador* Kintakun. \*

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Back

Next

Clear form

## C. Hasil Tabulasi Silang

### 1. Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24-30 tahun	94	94.0	94.0	94.0
	31-39 tahun	6	6.0	6.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

### 2. Jenis Kelamin

		JK			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	4	4.0	4.0	4.0
	Perempuan	96	96.0	96.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	