

**Pengaruh Daya Tarik Oh Sehun Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand
Image Whitelab
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada Followers Instagram @whitelab_id)**



SKRIPSI

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

Oleh:

NAELA ALDORA AMANDA

180906542 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naela Aldora Amanda

NPM : 180906542

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Oh Sehun sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Whitelab (Studi Eksplanatif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @whitelab_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, 13 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Naela Aldora Amanda

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK OH SEHUN SEBAGAI BRAND AMBASSADOR
TERHADAP BRAND IMAGE WHITELAB (STUDI EKSPANATIF KUANTITATIF
PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @WHITELAB_ID)
SKRIPSI**

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

disusun oleh:

NAELA ALDORA AMANDA

180906542 / KOM

disetujui oleh:

Immanuel Dwi Asmoro, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Oh Sehun sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Whitelab (Studi Eksplanatif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @whitelab_id)

Penyusun : Naela Aldora Amanda

NPM : 180906542

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 22 Juni 2023

Pukul : 13:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Kampus 4 Gedung Theresa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ign. Agus Putranto, M.Si

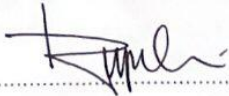
Penguji Utama

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji I

Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Commun

Penguji II


.....
Rangabumi Nuswantoro, S.Sos., MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya diri ini

*Aku persembahkan kepada kedua orang tuaku,
Mama dan Papa yang tanpa henti mendoakan, menyanyangi, mendidik dan
mendukungku selama ini.*

*Adik kecilku, Naomi Belva Aldora yang menjadi pelepas penatku.
Sahabat-sahabatku Agatha, Anya, Charisa, Inez, Ratih dan Zahra yang telah
memberikan warna dalam hari-hariku dan tanpa henti terus mendukungku.*

I'm so grateful for having you guys in my college life – and so on.

KATA PENGANTAR

Hari demi hari, minggu demi minggu, dan bulan demi bulan setelah melalui perjuangan untuk melawan rasa jenuh dan pergantian topik berkali-kali, akhirnya tibalah saat pekerjaan besar ini selesai. Tulisan ini merupakan aktivitas berpikir, sehingga otak dapat terus bekerja, membiasakan jutaan sel dalam diri terus bereaksi dan memberikan kesadaran bahwa manusia merupakan subjek yang terus bergerak beriringan dengan jalannya waktu. Terhadap seluruh proses dan perjalanan yang telah dilalui, saya mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan dan semesta yang telah memberikan energi positifnya, sehingga saya dapat mencapai garis akhir dari pekerjaan besar ini. Seluruh perjuangan ini tidak lepas dari banyaknya orang yang membantu dan mendorong saya untuk menyelesaikan pekerjaan ini. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

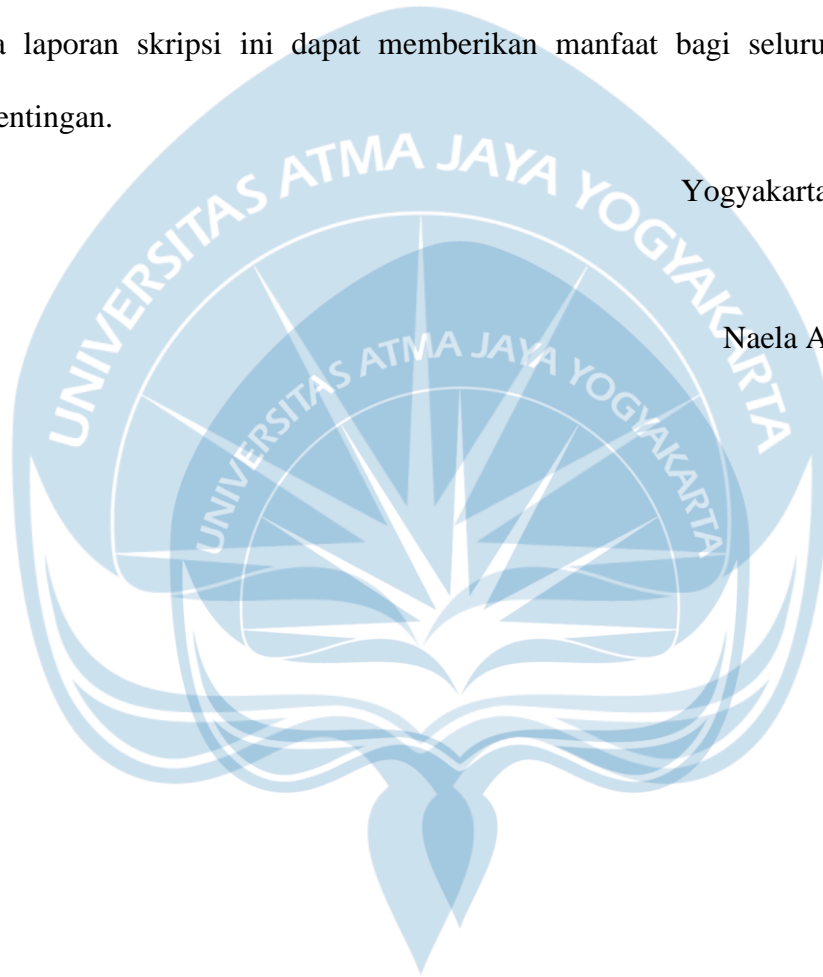
1. Mama dan Papa yang selalu mendoakan saya tanpa henti, menyayangi, mendidik dan mendukung saya selama ini. Terima kasih telah percaya akan kemampuan saya untuk menyelesaikan pekerjaan besar ini.
2. Adik kecil saya, Naomi yang selalu menjadi penghibur dalam menjalani hari-hari yang jenuh dan membosankan dalam mengerjakan pekerjaan besar ini.
3. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal M.I.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar menghadapi tingkah laku saya selama bimbingan dan selalu memberikan *insight* dan kritik yang membangun.

4. Sahabat saya, Agatha Tasya Gatari terima kasih atas segala pengetahuan, semangat, waktu dan doa-doa yang terus kamu berikan kepada saya (meskipun kamu sudah jauh dari saya) kamu tidak pernah berhenti untuk memberikan itu semua. Hasil skripsi ini juga berkat kesabaran dan keteguhanmu yang disalurkan kepada saya. Seluruh energi positif yang kamu berikan sangat berharga untuk saya.
5. Sahabat saya, Clarisa Nathania atau Nyanyak yang kepadanya saya bisa “semena-mena”, terima kasih atas intensitas pertemuan untuk saling berkeluh kesah mengenai skripsi ini, sampai dengan berbagi cerita konyol yang tidak masuk akal.
6. Sahabat saya, Charisa Sheralyne atau Oneng yang menjadi teman satu-satunya yang saya punya ketika semester dua, dan bertahan sampai detik ini. Terima kasih sudah setia menemani saya, dan juga telah membantu saya dalam mengajari menyusun daftar isi skripsi saya.
7. Sahabat saya, Inezia atau Zowe terima kasih telah mau membantuku terkait dengan *excel* dan selalu mengirimkan *thread* aneh dan lucu dari Twitter. *Thread* yang kamu kirimkan menjadi salah satu penghibur saya dikala saya jenuh dengan skripsi ini.
8. Sahabat SMA saya, Ratih dan Zahra *my high school sweetheart's* yang selalu setia mendukung dan menemani saya sejak SMA hingga sekarang. *I'm so lucky for having you guys in my life.*

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun bagi perbaikan skripsi ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 10 Juni 2023

Naela Aldora Amanda



ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut membuat persaingan ketat antara *local beauty brand* Indonesia, terutama produk *skincare*. Persaingan bisnis yang ketat tersebut kemudian mendorong *brand skincare* di Indonesia untuk membuat strategi pemasaran baru, salah satunya dengan penggunaan *brand ambassador*. Penggunaan *brand ambassador* tersebut dilakukan oleh *local beauty brand* Indonesia yaitu Whitelab, yang menunjuk Oh Sehun sebagai *brand ambassador* baru mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik Oh Sehun sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* Whitelab. Metodologi penelitian ini adalah metode survey dengan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif. Responden dalam penelitian ini merupakan *followers* Instagram @whitelab_id sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Skala yang digunakan adalah skala likert, kemudian diolah menggunakan metode analisis deskriptif, dan metode uji regresi linear sederhana dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic 26*.

Penelitian ini mendapatkan hasil nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $<0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_A diterima, yaitu terdapat pengaruh daya tarik Oh Sehun sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* Whitelab. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai R square sebesar 0.429, yang menunjukkan bahwa variabel daya tarik (X) memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 42,9% terhadap variabel *brand image* (Y), sementara 57,1% lainnya dipengaruhi dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu konsumen terhadap *brand* Whitelab.

Kata Kunci: Daya Tarik Brand Ambassador, Brand Image, Oh Sehun, Whitelab

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Teori.....	8
1.6. Kerangka Konsep.....	19
1.7. Definisi Operasional.....	23
1.8. Hipotesis.....	25
1.9. Metodologi Penelitian.....	25
BAB II.....	36
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	36
2.1. Whitelab.....	36
2.2. Profile Oh Sehun.....	39
BAB III.....	42

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
3.1 Hasil Temuan Data	42
3.1.1 Profil Responden.....	42
3.1.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	44
3.1.3 Analisis Mean Variabel.....	56
3.1.4 Analisis Crosstab (Tabulasi Silang).....	60
3.1.5 Analisis Regresi	62
3.2 Pembahasan	65
BAB IV	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
4.1 Kesimpulan.....	71
4.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional	23
Tabel 1. 2 Hasil Uji Validitas Daya Tarik (X)	29
Tabel 1. 3 Hasil Uji Validitas Brand Image (Y)	29
Tabel 1. 4 Hasil Uji Realibilitas Daya Tarik (X)	31
Tabel 1. 5 Hasil Uji Realibilitas Brand Image (Y).....	31
Tabel 1. 6 Skor Skala Likert	33
Tabel 3. 1 Distribusi Jenis Kelamin	42
Tabel 3. 2 Usia Responden.....	43
Tabel 3. 3 Hasil Output Nilai Total Variabel X (Daya Tarik)	44
Tabel 3. 4 Hasil Kategorisasi Variabel X (Daya Tarik).....	45
Tabel 3. 5 Oh Sehun Mencerminkan Sosok yang Merawat Kulit.....	46
Tabel 3. 6 Oh Sehun Mencerminkan Sosok Anak Muda Sekarang	47
Tabel 3. 7 Oh Sehun Artis Korea Selatan Terkenal di Indonesia	47
Tabel 3. 8 Oh Sehun Terkenal Sebelum Menjadi Brand Ambassador	48
Tabel 3. 9 Oh Sehun Memiliki Banyak Karya.....	48
Tabel 3. 10 Oh Sehun Memiliki Tampilan Fisik Menarik	49
Tabel 3. 11 Oh Sehun Memiliki Kharisma Menarik.....	49
Tabel 3. 12 Oh Sehun Memiliki Karakter dan Sikap Positif	50
Tabel 3. 13 Hasil Output Nilai Total Variabel Y (Brand Image)	51

Tabel 3. 14 Hasil Kategorisasi Variabel Y (Brand Image)	52
Tabel 3. 15 Produk Whitelab Memberikan Tampilan Wajah Sehat	52
Tabel 3. 16 Produk Whitelab Memberikan Tampilan Kulit Cerah.....	53
Tabel 3. 17 Whitelab Brand Lokal dengan Kandungan Arbutin	54
Tabel 3. 18 Slogan “Cerah Benderang”	54
Tabel 3. 19 Oh Sehun Mengingatn pada Whitelab	55
Tabel 3. 20 Harga Murah Kualitas Internasional.....	55
Tabel 3. 21 Memiliki Macam Variasi Produk Whitening.....	56
Tabel 3. 22 Nilai Mean Variabel X (Daya Tarik)	56
Tabel 3. 23 Nilai Total Variabel X (Daya Tarik).....	57
Tabel 3. 24 Nilai Mean Variabel Y (Brand Image)	58
Tabel 3. 25 Nilai Total Variabel Y (Brand Image).....	59
Tabel 3. 26 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Daya Tarik.....	60
Tabel 3. 27 Tabulasi Silang Usia dan Daya Tarik	60
Tabel 3. 28 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Brand Image	61
Tabel 3. 29 Tabulasi Silang Usia dan Daya Tarik	61
Tabel 3. 30 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Determinasi Koefisien).....	63
Tabel 3. 31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce Februari 2021	1
Gambar 1. 2 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce April-Juni 2021	2
Gambar 1. 3 Oh Sehun sebagai Brand Ambassador Whitelab.....	4
Gambar 1. 4 Cuitan Pengemar Global #WhitelabXSehun di Twitter.....	6
Gambar 1. 5 Kerangka Konsep Penelitian	20
Gambar 2. 1 Penghargaan Whitelab di Tokopedia Beauty Awards 2021.....	37
Gambar 2. 2 Penghargaan di Line Today Choice & Female Daily Best of	37
Gambar 2. 3 Rekor MURI Whitelab pada 5 November 2022.....	38
Gambar 2. 4 Akun Instagram Whitelab	39
Gambar 2. 5 Oh Sehun.....	40