

**PENGARUH DAYA TARIK ITZY SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
PADA IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULTRA MILK VARIAN RASA
(Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun
Instagram @ultra_mym)**



SKRIPSI

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

Oleh:

CICILIA ARLITA PUSPA DEWI

190907008

**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 : Cicilia Arlita Puspa Dewi

NPM : 190907008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik ITZY Sebagai *Brand Ambassador* Pada Iklan Terhadap Minat Beli Ultra Milk Varian Rasa (Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun Instagram @ultra_mym)

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, 19 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Cicilia Arlita Puspa Dewi

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH DAYA TARIK ITZY SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PADA
IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULTRA MILK VARIAN RASA
(Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun
Instagram @ultra_mym)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

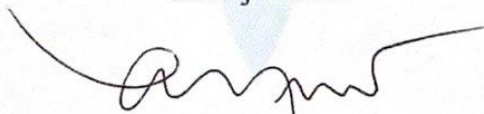
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

CICILIA ARLITA PUSPA DEWI

190907008

disetujui oleh:



Drs. Ign. Agus Puhranto, M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik ITZY Sebagai *Brand Ambassador* Pada Iklan Terhadap Minat Beli Ultra Milk Varian Rasa (Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun Instagram @ultra_mym)

Penyusun : Cicilia Arlita Puspa Dewi

NPM : 190907008

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa / 04 Juli 2023

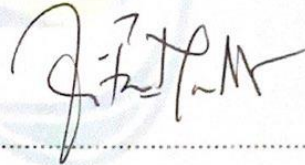
Pukul : 13.30

Tempat : Ruang Sidang 1

TIM PENGUJI

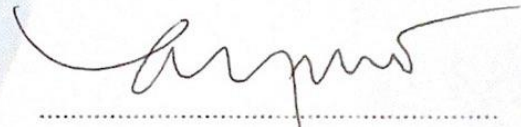
R. A. Vita N.P.A., S.Pd., M.Hum., Ph.D

Penguji Utama



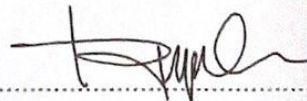
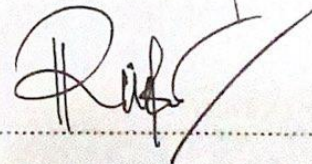
Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji I



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.

Penguji II



Rangabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.
Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada Tuhan Yesus dan pastinya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dalam bentuk apapun, terutama orang tua yang sudah terus menjadi ‘peringat’ untuk cepat menyelesaikan perkuliahan ini.

Cukup *ter-pressure* dengan adanya ‘peringat’ dari banyak pihak, terutama ibu, tapi penulis sangat berterima kasih karena hal tersebut sudah menjadi semangat dan alasan untuk lebih cepat lepas dari ‘beban’ ini.

Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih dan dengan bangga, penulis persembahkan tugas akhir yang telah penulis selesaikan dengan tepat waktu.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia serta rahmat yang terus menerus sehingga penulis dapat kesempatan untuk melakukan penelitian hingga selesai dengan judul “Pengaruh Pengaruh Daya Tarik ITZY Sebagai *Brand Ambassador* Pada Iklan Terhadap Minat Beli Ultra Milk Varian Rasa (Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #*DontStopYourMove* Pada Akun Instagram @ultra_mym)” untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi sesuai dengan target dan harapan. Penulis juga menyadari bahwa banyak pihak yang juga memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Bapa, Putera, dan Roh Kudus, yang sudah memberikan kesempatan, ketabahan, kekuatan, dan kesehatan yang selalu menyertai penulis dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.
2. Keluarga yaitu Bapak, Ibu, Mbak Iin, dan Mbak Dias yang telah memberikan dukungan terus menerus dalam berbagai bentuk kepada penulis selama berkuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga saat ini.
3. Pak Agus, selaku dosen pembimbing skripsi, yang terus membantu dan membimbing saya dalam melakukan penelitian ini hingga selesai dengan *feedback* yang membangun.

4. Teman seperjuangan sejak semester satu, Liany dan Gisela, *makasie yah udah* mau menjadi teman yang selalu ada dan terus membantu aku untuk menghadapi berbagai macam drama. Pokoknya sukses buat kalian berdua!
5. Kak Ragil, Kak Kelat, Kak Gisel, dan Kak Fanesa, terima kasih banyak! Sudah menjadi kakak tingkat yang terus membantu adik tingkatnya ini untuk menghadapi perkuliahan, membantu dalam mengurus Bohlam Advertising, dan membantu dalam berbagai macam kendala hingga permasalahan sejak semester tiga. Semangat bekerja dan semoga sukses ya kakak-kakak!
6. Terakhir, untuk diriku sendiri, terima kasih sudah terus berjuang dan memprioritaskan skripsi ini jadi bisa selesai sesuai target! Keren banget *sie*.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada banyak pihak yang belum sempat disebutkan namun telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi dan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis disebutkan satu persatu. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan penulis masih melakukan kesalahan. Oleh karena itu penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis. Besar harapan penulis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dan menjadi referensi bagi ke depannya.

CICILIA ARLITA PUSPA DEWI

No. Mahasiswa: 190907008 / KOM

Pengaruh Daya Tarik ITZY Sebagai *Brand Ambassador* Pada Iklan

Terhadap Minat Beli Ultra Milk Varian Rasa

(Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun

Instagram @ultra_mym)

ABSTRAK

Pada 2022, Ultra Milk menggandeng ITZY sebagai *brand ambassador* dalam iklannya yaitu Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove. Penggunaan *brand ambassador* idol K-Pop di Indonesia sudah cukup banyak, namun baru pertama kali, *brand* susu lokal, yaitu Ultra Milk yang menggandeng *brand ambassador* idol K-Pop. Maka, dalam penelitian ini melihat bagaimana pengaruh penggunaan *brand ambassador* pada iklan dalam meningkatkan minat beli. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pendekatan eksplanatif, dan metode survei kuesioner. Melalui data yang dikumpulkan, didapatkan hasil uji regresi linier yaitu nilai R (nilai koefisiensi korelasi) yang menunjukkan besaran korelasi antara variabel X (daya tarik *brand ambassador*) dan variabel Y (minat beli), yaitu sebesar 0.453. Selanjutnya, juga didapatkan nilai R Square yang bermakna besaran sumbangan atau pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y, yaitu sebesar 0.205 atau 20,5%. Dalam uji regresi linier yang dilakukan juga didapatkan nilai Sig. sebesar $0.001 < 0.05$, yang mana bermakna bahwa pengaruh yang diberikan benar adanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa benar adanya terdapat pengaruh sebesar 20,5% yang diberikan oleh daya tarik ITZY sebagai *brand ambassador* dalam iklan terhadap minat beli produk Ultra Milk Varian Rasa.

Kata kunci: Daya tarik *brand ambassador*, Iklan, Minat Beli.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	10
F. Kerangka Konsep.....	23
G. Definisi Operasional.....	26
H. Hipotesis.....	28
I. Metodologi Penelitian	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Jenis Data.....	28
3. Populasi dan Sampel.....	29
4. Metode Pengumpulan Data.....	30
5. Teknik Pengukuran Data	31
6. Teknik Analisis Data.....	31
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	36
A. Ultra Milk	36
B. ITZY	37
C. Iklan Ultra Milk x ITZY #DontStopYourMove	39
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Uji Instrumen Penelitian	41
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	44

C. Uji Regresi Linier Sederhana	62
D. Pembahasan	66
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Iklan Ultra Milk X ITZY	7
GAMBAR 2 Logo Ultra Milk.....	36
GAMBAR 3 Produk Susu Ultra Milk Varian Rasa	37
GAMBAR 4 Foto Seluruh Member ITZY.....	38
GAMBAR 5 Kerja Sama ITZY X Charles & Keith 2022	39
GAMBAR 6 Iklan Ultra Milk X ITZY	40
GAMBAR 7 Variabel Penelitian dan Metode Analisis Regresi	63
GAMBAR 8 Pengaruh Variabel X Terhadap Y	63
GAMBAR 9 ANOVA.....	63
GAMBAR 10 Persamaan Regresi.....	65

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Kerangka Konsep	26
TABEL 2 Definisi Operasional.....	26
TABEL 3 Interval Koefisien Korelasi	34
TABEL 4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>).....	41
TABEL 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	42
TABEL 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ((Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>)	43
TABEL 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli).....	44
TABEL 8 Kesesuaian Representasi ITZY Terhadap Anak Muda yang Berprestasi	45
TABEL 9 Kesesuaian Representasi ITZY Terhadap Anak Muda yang Percaya Diri.....	45
TABEL 10 Kepopuleran ITZY di Tengah Masyarakat Indonesia.....	46
TABEL 11 Kepopuleran ITZY Sehingga Mudah Dikenali	47
TABEL 12 Kepopuleran ITZY Dapat Menarik Perhatian	47
TABEL 13 Kepopuleran ITZY Sehingga Lagu-Lagu ITZY Diketahui.....	48
TABEL 14 Kepopuleran ITZY Sehingga Sudah Dikenali Sebelum Adanya Iklan	49
TABEL 15 Kesamaan ITZY dengan Anak Muda yang Memiliki Bakat Dibidangnya	50
TABEL 16 Kesamaan ITZY dengan Anak Muda yang Memiliki Visual Menarik	51
TABEL 17 Kesamaan ITZY dengan Anak Muda yang Memiliki Perilaku Positif	51
TABEL 18 Kesamaan ITZY dengan Anak Muda yang Memiliki Prestasi Dibidangnya .	52
TABEL 19 Adanya Minat Transaksional dengan Melihat dan Mencari Info Produk	53
TABEL 20 Adanya Minat Transaksional untuk Membeli Produk	54
TABEL 21 Adanya Minat Referensial untuk Merekomendasikan Membeli Produk	55
TABEL 22 Adanya Minat Referensial untuk Merekomendasikan Mengonsumsi Produk	55
TABEL 23 Adanya Minat Preferensial untuk Memilih Membeli Produk	56
TABEL 24 Adanya Minat Eksploratif untuk Mencari Informasi Produk Lebih Dalam...	57
TABEL 25 Adanya Minat Eksploratif untuk Mencari Informasi Lebih Ultra Milk	58
TABEL 26 Nilai Mean dan Modus Variabel X (Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>).....	59
TABEL 27 Nilai Mean dan Modus Variabel Y (Minat Beli)	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner	83
Lampiran 2 – Hasil Jawaban Responden Variabel X (Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>) ..	86
Lampiran 3 – Hasil Jawaban Responden Variabel Y (Minat Beli).....	89
Lampiran 4 – Hasil Uji Validitas Variabel X (Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>).....	92
Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	92
Lampiran 6 – Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i>)	93
Lampiran 7 – Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli).....	94
Lampiran 8 – Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	95