

**PENGARUH *VISIBILITY*, *CREDIBILITY*, *ATTRACTION*, DAN
POWER BTS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
BRAND IMAGE GOJEK**

(Studi terhadap Video Promosi Youtube: “*Gofood-in Apa Aja Bareng BTS!*”)



SKRIPSI

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

Oleh

LAURENTIA LIANY VILKANORA

190907061

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *VISIBILITY, CREDIBILITY, ATTRACTION*, DAN
POWER BTS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
BRAND IMAGE GOJEK**


(Studi terhadap Video Promosi Youtube: "*Gofood-in Apa Aja Bareng BTS!*")

SKRIPSI

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

disusun oleh :
LAURENTIA LIANY VILKANORA
190907061

disetujui oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Dosen Pembimbing

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power* BTS
Sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Gojek
(Studi terhadap Video Promosi Youtube: “*Gofood-in Apa Aja
Bareng BTS!*”)

Penyusun : Laurentia Liany Vilkanora

NPM : 190907061

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 21 Juni 2023

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran I FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama

Immanuel Dwi Asmoro T., M.I.Kom.
Penguji I

Meganusa Prayudi L., S.I.P., M.Comm.
Penguji II



.....

Ranggabumi Nuswantoro, M.A.
Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurentia Liany Vilkanora

NPM : 190907061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction, dan Power* BTS
Sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Gojek
(Studi terhadap Video Promosi Youtube: "*Gofood-in Apa Aja
Bareng BTS!*")

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 kesarjanaannya saya.

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

Yogyakarta, 7 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Laurentia Liany Vilkanora

LAURENTIA LIANY VILKANORA
No. Mhs. : 190907061/KOM

**Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction, dan Power* BTS Sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Gojek
(Studi terhadap Video Promosi Youtube: “*Gofood-in Apa Aja Bareng BTS!*”)**

ABSTRAK

Kolaborasi Gojek dengan BTS dilakukan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk menciptakan perasaan bahagia ketika menggunakan aplikasi Gojek. Salah satu indikator yang dapat melihat *brand ambassador* ada dalam konsep VisCAP yang dipaparkan oleh Rositter dan Percy, yang terdiri atas 4 hal: *visibility* (popularitas), *credibility* (kredibilitas), *attraction* (daya tarik), dan *power* (kekuatan). Penelitian dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pendekatan eksplanatif, serta metode survei kuesioner secara *online* yang diikuti oleh 105 responden dengan kriteria *viewers* video promosi “*Gofood-in Apa Aja Bareng BTS!*” pada kanal Youtube Gojek. *Brand ambassador* yang memiliki *visibility* baik akan memiliki *power* dalam memengaruhi audiens untuk mempercayai suatu merek, sehingga hasil penelitian menyatakan bahwa *visibility* dan *power* BTS berhasil memengaruhi *brand image* Gojek sebesar 18%.

Kata kunci: VisCAP, *Brand Image*, *Brand Ambassador*

HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Blessed is the man that trusteth in LORD,
and whose hope the LORD is.”
(Jeremiah 17:7)*

Terima kasih kepada Tuhan, keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang sudah menguatkan Penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Sungguh sebuah kebahagiaan bagi Penulis karena telah berhasil menyusun lembaran penelitian bernama skripsi ini yang turut menjadi titik balik untuk meninggalkan status sebagai mahasiswa. Penelitian yang berjudul **Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power BTS Sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Gojek (Studi terhadap Video Promosi Youtube: “Gofood-in Apa Aja Bareng BTS!”)** ini telah berhasil menghantarkan Penulis dalam memenuhi syarat terakhir kelulusan jenjang kuliah Strata-I mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, meskipun ditulis dengan penuh ‘penderitaan’ yang membahagiakan.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, harapannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak terutama pihak yang menjadi objek dalam penelitian ini. Apresiasi besar Penulis berikan kepada pihak-pihak yang dirasa turut ambil bagian dalam proses rangkaian panjang ini:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan petunjuk dan tiada henti mengingatkan Penulis untuk selalu bersyukur serta menikmati perjuangan diri sendiri.
2. Papa dan Mama yang menjadi sumber semangat utama dengan selalu mendukung Penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ign. Agus Putranto selaku dosen pembimbing yang telah sangat membantu dan membimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Para sobat Twitter: *followers base @collegemenfess*, yang telah membantu dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
5. Alvin Kusuma, sebagai mahasiswa kampus 3 yang selalu membantu proses *brainstorming* dan pendengar setia keluh-kesah dalam penulisan skripsi ini.
6. Wayahe Jalan-Jalan: Lita dan Gisela, selaku sobat *kopisyop* yang selalu setia menemani pengerjaan revisi penelitian ini.
7. *Last but not least*, terima kasih dan apresiasi besar kepada diri sendiri yang telah berhasil dan tekun hingga titik ini, meskipun banyak diiringi tangis.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	8
D. Manfaat	8
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. Kerangka Teori	9
1. <i>Brand Ambassador</i>	9
2. <i>Brand Image</i>	13
F. Definisi Konsep	16
G. Definisi Operasional	17
H. Hipotesis	19
I. Metodologi Penelitian	20
1. Teknik Pengumpulan Data	20
2. Jenis Data.....	20
3. Populasi dan Sampel.....	21
4. Teknik Analisis Data	22
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN	27
A. Gojek	27
B. Kolaborasi Gojek dan BTS	28
1. BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i>	28
2. GoFood-in Apa Aja Bareng BTS!	32
BAB III PEMBAHASAN	36

A. Uji Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	38
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
1. Profil Responden	39
2. Deskripsi Variabel X	42
3. Deskripsi Variabel Y	48
C. Analisis Statistik Deskriptif Variabel X.....	53
1. Kuesioner Butir 2.....	54
2. Kuesioner Butir 3.....	55
3. Kuesioner Butir 4.....	56
4. Kuesioner Butir 5.....	57
5. Kuesioner Butir 6.....	58
6. Kuesioner Butir 7.....	59
7. Kuesioner Butir 8.....	60
8. Kategorisasi Hasil Jawaban Responden Variabel X.....	61
D. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Y	62
1. Kuesioner Butir 1	63
2. Kuesioner Butir 2.....	64
3. Kuesioner Butir 3.....	65
4. Kuesioner Butir 4.....	66
5. Kuesioner Butir 5.....	67
6. Kuesioner Butir 6.....	68
7. Kategorisasi Hasil Jawaban Responden Variabel Y.....	69
E. Uji Normalitas	70
F. Uji Heteroskedastisitas	70
G. Uji Multikolonieritas.....	71
H. Uji Regresi Linier Berganda	72
I. Pembahasan	79
1. Pengaruh <i>Visibility</i> BTS terhadap <i>Brand Image</i> Gojek.....	81
2. Pengaruh <i>Credibility</i> BTS terhadap <i>Brand Image</i> Gojek.....	83
3. Pengaruh <i>Attraction</i> BTS terhadap <i>Brand Image</i> Gojek.....	85
4. Pengaruh <i>Power</i> BTS terhadap <i>Brand Image</i> Gojek.....	87
5. Pengaruh <i>VisCAP</i> terhadap <i>Brand Image</i> Gojek	91
BAB IV PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	95
C. Saran.....	96
1. Saran Akademis	96
2. Saran Praktis	96

DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Gojek	5
GAMBAR 2 Kerangka Konsep	17
GAMBAR 3 Gofood X BTS.....	30
GAMBAR 4 Gojek X BTS pada Aplikasi	30
GAMBAR 5 GIF Instagram Gojek X BTS	31
GAMBAR 6 Iklan Gofood X BTS	33
GAMBAR 7 Uji Normalitas	70
GAMBAR 8 Uji Heteroskedastisitas	71
GAMBAR 9 Uji Multikolonieritas	72
GAMBAR 10 Pengaruh Variabel <i>Visibility, Credibility, Attraction</i> , dan <i>Power</i> terhadap <i>Brand Image</i>	73
GAMBAR 11 ANOVA <i>Visibility, Credibility, Attraction, Power</i>	74
GAMBAR 12 Persamaan Regresi Variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y	74
GAMBAR 13 Pengaruh Variabel VisCAP terhadap <i>Brand Image</i>	76
GAMBAR 14 ANOVA VisCAP	77
GAMBAR 15 Persamaan Regresi Variabel VisCAP terhadap <i>Brand Image</i>	78

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional.....	17
TABEL 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	36
TABEL 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	37
TABEL 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	38
TABEL 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	39
TABEL 6 Status Responden	40
TABEL 7 Usia Responden.....	40
TABEL 8 Visibilitas BTS dalam Dikenali Masyarakat.....	43
TABEL 9 Visibilitas BTS dalam Mengiklankan Merek Bergengsi.....	43
TABEL 10 Kredibilitas BTS dalam Konten Iklan.....	44
TABEL 11 Kredibilitas BTS dalam Mempromosikan Produk.....	44
TABEL 12 Daya Tarik Visual BTS	45
TABEL 13 Daya Tarik BTS dalam Konten Iklan.....	46
TABEL 14 Kekuatan BTS untuk Menarik Perhatian Audiens	46
TABEL 15 Kekuatan BTS untuk Memengaruhi Audiens	47
TABEL 16 Keunggulan Gojek dalam Aspek Kepuasan Layanan	48
TABEL 17 Keunggulan Gojek dalam Aspek Pemenuhan Kebutuhan	49
TABEL 18 Kekuatan Gojek dengan Memiliki Berbagai Produk Layanan.....	50
TABEL 19 Kekuatan Gojek dalam Memperhatikan Kesejahteraan Mitra	50
TABEL 20 Keunikan Gojek yang Menawarkan Promo Menarik.....	51
TABEL 21 Keunikan Gojek yang Menawarkan Harga Rendah.....	52
TABEL 22 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Visibility</i> Butir 1.....	53
TABEL 23 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Visibility</i> Butir 2.....	54
TABEL 24 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Credibility</i> Butir 1.....	55
TABEL 25 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Credibility</i> Butir 2.....	56
TABEL 26 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Attraction</i> Butir 1.....	57
TABEL 27 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Attraction</i> Butir 2.....	58
TABEL 28 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Power</i> Butir 1.....	59
TABEL 29 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Power</i> Butir 2.....	60
TABEL 30 Kategorisasi Hasil Jawaban Responden Variabel X	61
TABEL 31 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 1	63
TABEL 32 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 2	64
TABEL 33 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 3	65
TABEL 34 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 4	66
TABEL 35 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 5	67
TABEL 36 Kategorisasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> Butir 6	68
TABEL 37 Kategorisasi Hasil Jawaban Responden Variabel Y	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2 - Google Form	107
Lampiran 3 – Uji Validitas Variabel <i>Visibility</i> (X1).....	111
Lampiran 4 – Uji Validitas Variabel <i>Credibility</i> (X2).....	111
Lampiran 5 – Uji Validitas Variabel <i>Attraction</i> (X3).....	112
Lampiran 6 – Uji Validitas Variabel <i>Power</i> (X4).....	112
Lampiran 7 – Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	113
Lampiran 8 – Uji Reliabilitas Variabel <i>Visibility</i> (X1).....	113
Lampiran 9 – Uji Reliabilitas Variabel <i>Credibility</i> (X2)	113
Lampiran 10 – Uji Reliabilitas Variabel <i>Attraction</i> (X3)	113
Lampiran 11 - Uji Reliabilitas Variabel <i>Power</i> (X4).....	114
Lampiran 12 – Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	114
Lampiran 13 – Tabulasi Data Skor Jawaban Responden.....	114