

***TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK DENGAN***

***BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022***

***PADA FOLLOWERS @GOJEKINDONESIA***



**SKRIPSI**

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

oleh

**ELISABET SURYA DEWI**

**180906645**

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

2023

**HALAMAN PERSETUJUAN**

*TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK  
DENGAN BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022  
PADA FOLLOWERS @GOJEKINDONESIA*

**SKRIPSI**

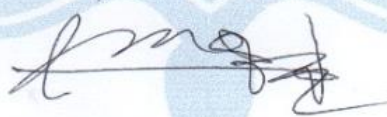
Disusun Guna Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

ELISABET SURYA DEWI

180906645

Disetujui oleh :



**Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A**

Dosen Pembimbing

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

2023

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : *TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK DENGAN  
BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022 PADA FOLLOWERS  
@GOJEKINDONESIA*

Penyusun : Elisabet Surya Dewi

NPM : 180906645

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat / 08 Desember 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Kampus IV Gedung Theresa Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 5 Yogyakarta 55281.

**TIM PENGUJI**

**Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.**

Penguji Utama

**Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A**

Penguji I

**Pupung Arifin, S.Sos., M.Si**

Penguji II



**Irene Santika Vidiadari, M.A**

(Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi)



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elisabet Surya Dewi

NPM : 180906645

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : *TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK DENGAN BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022 PADA FOLLOWERS @GOJEKINDONESIA*

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 guna melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pembatalan keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan penuh dengan kesadaran diri tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 19 Desember 2023

Saya yang menyatakan



Elisabet Surya Dewi

ELISABET SURYA DEWI

No. Mahasiswa: 6645 / KOM

**TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK DENGAN BTS  
SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022 PADA FOLLOWERS  
@GOJEKINDONESIA**

**ABSTRAK**

Komunikasi pemasaran mempunyai peran yang esensial dalam penciptaan ekuitas merek yang positif (Shimp, 2003, h. 15). *Brand image* merupakan sebuah konsep penting yang ada dalam kerangka ekuitas merek berbasis perspektif konsumen karena dapat menciptakan *brand equity*. *Types of brand association* mengklasifikasikan asosiasi merek yang ada dalam benak konsumen kedalam tiga kategori utama yang cakupannya semakin meningkat dan kemudian dapat dikaitkan dengan sebuah merek sebagai bagian dari *brand image*. Pada tahun 2022 Gojek sebagai sebuah perusahaan unggul dibidang transportasi *online* menggandeng BTS sebagai *brand ambassador*. Penggunaan artis asal Korea Selatan tersebut menjadi yang pertama kali dilakukan dalam ranah bisnis *transportasi online* di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *brand image* Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* pada akun instagram @gojekindonesia. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori komunikasi pemasaran dan *brand image* guna melihat bagaimana *brand image* Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metodologi penelitian yaitu metode survei. Penelitian ini berisi analisis data dari 100 responden yang sesuai dengan jumlah perhitungan *purposive sampling* dan kriteria responden yang sudah ditentukan. Kemudian data dianalisis dengan distribusi frekuensi dan nilai *mean*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25.

Nilai *mean* dari masing-masing dimensi yaitu atribut, manfaat dan sikap diperoleh dari perhitungan nilai *mean* per item yang dijumlahkan kemudian dibagi dengan banyaknya data. Hasil menunjukkan nilai *mean* masing-masing dimensi di atas angka 3 yang masuk pada kategori tinggi karena berada diantara interval 3.01 – 4.00. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* periode 2022 berhasil memiliki *types of brand association brand image* pada *followers @gojekindonesia*.

**Kata kunci:** *Brand Image, Gojek, Komunikasi Pemasaran, Types Of Brand Association*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan atas kasih, dan kebaikanNya yang telah memberikan kesempatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi dengan judul “*Brand Image Gojek dengan BTS Sebagai Brand Ambassador Periode 2022 Pada Followers @gojekindonesia*” disusun untuk memenuhi syarat tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari adanya dukungan dan arahan yang diberikan oleh berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah ada dalam proses penyusunan skripsi ini.:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kasih, rezeki, kekuatan dalam proses melaksanakan tugas akhir ini.
2. Mama saya yang selalu memberikan kasih, mendukung dari berbagai aspek, dan mengusahakan kebutuhan penulis.
3. Maria, nenek dan kakek sebagai keluarga saya yang juga turut memberikan dukungan dan mendoakan saya.
4. Bapak Josep Joedhie Darmawan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan saran dalam menyusun skripsi ini.
5. Kepada seluruh responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner untuk membantu penelitian.
6. Beberapa teman dekat yang sudah membantu dan memberikan dukungan di berbagai aspek

## DAFTAR ISI

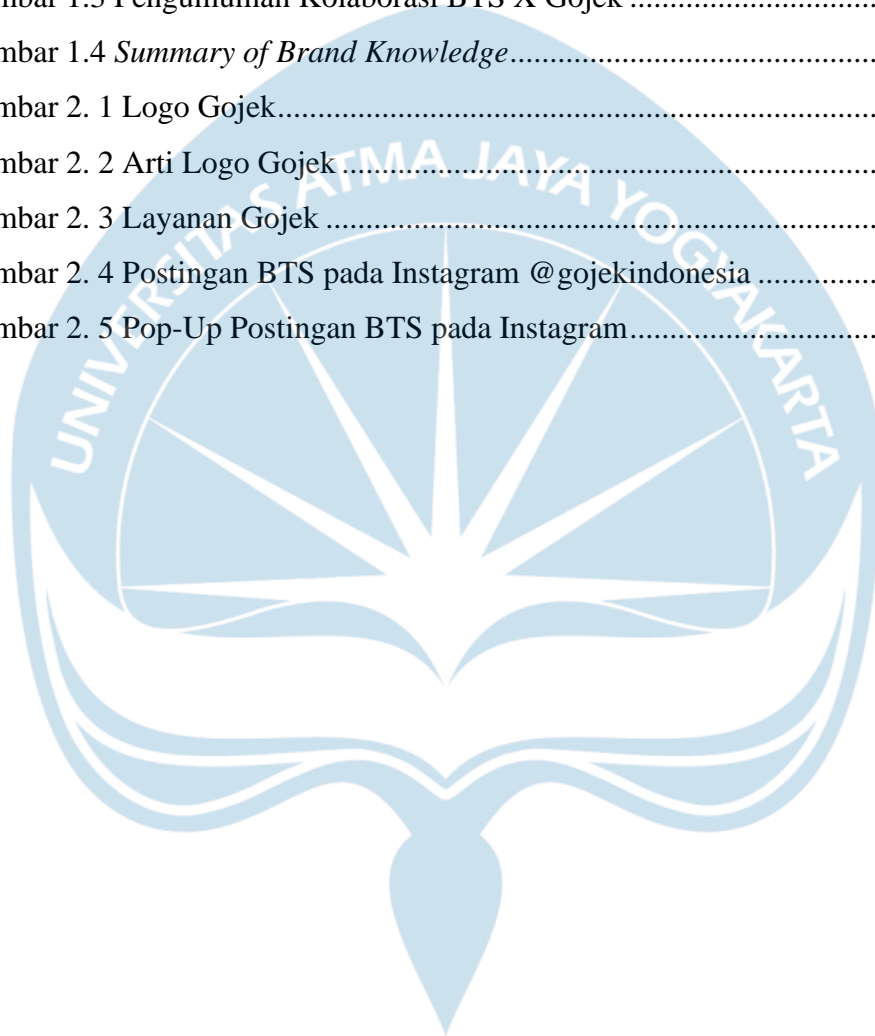
|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN.....         | I    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....          | II   |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | III  |
| ABSTRAK.....                     | IV   |
| KATA PENGANTAR.....              | V    |
| DAFTAR ISI.....                  | VI   |
| DAFTAR GAMBAR.....               | VIII |
| DAFTAR TABEL.....                | IX   |
| BAB I PENDAHULUAN.....           | 1    |
| A. Latar Belakang.....           | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....          | 13   |
| C. Tujuan Penelitian.....        | 13   |
| D. Manfaat Penelitian.....       | 14   |
| 1. Manfaat Akademis.....         | 14   |
| 2. Manfaat Praktis.....          | 14   |
| E. Kerangka Teori.....           | 14   |
| 1. Komunikasi Pemasaran.....     | 15   |
| 2. <i>Brand Image</i> .....      | 20   |
| F. Kerangka Konsep.....          | 28   |
| 1. <i>Brand Image</i> .....      | 28   |
| G. Definisi Operasional.....     | 32   |
| H. Metodologi Penelitian.....    | 42   |
| 1. Jenis Penelitian.....         | 42   |

|   |            |
|---|------------|
| 2. Metode Penelitian.....                               | 42         |
| 3. Lokasi Penelitian .....                              | 43         |
| 4. Populasi dan Sampel .....                            | 43         |
| 5. Teknik Pengumpulan Data .....                        | 45         |
| 6. Teknik Pengukuran Data .....                         | 46         |
| 7. Metode Pengujian Instrumen.....                      | 47         |
| 8. Metode Analisis Data .....                           | 50         |
| <b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>          | <b>52</b>  |
| A. Gojek.....   | 52         |
| 1. Tentang Gojek .....                                  | 52         |
| 2. Logo dan Warna Gojek .....                           | 53         |
| 3. Layanan Gojek .....                                  | 55         |
| B. Gojek dengan BTS sebagai Brand Ambassador .....      | 56         |
| C. <i>Followers</i> Instagram Gojek Indonesia .....     | 59         |
| <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b> | <b>61</b>  |
| A. Temuan Data .....                                    | 61         |
| B. Pembahasan.....                                      | 91         |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                             | <b>96</b>  |
| A. Kesimpulan .....                                     | 96         |
| B. Saran.....   | 97         |
| C. Batasan Penelitian .....                             | 98         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                             | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                    | <b>104</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Presentase TOP Jasa Transportasi <i>Online</i> Periode 2022..... | 3  |
| Gambar 1.2 <i>Boy Band</i> BTS .....  | 8  |
| Gambar 1.3 Pengumuman Kolaborasi BTS X Gojek .....                          | 10 |
| Gambar 1.4 <i>Summary of Brand Knowledge</i> .....                          | 22 |
| Gambar 2. 1 Logo Gojek.....   | 53 |
| Gambar 2. 2 Arti Logo Gojek.....  | 54 |
| Gambar 2. 3 Layanan Gojek .....   | 55 |
| Gambar 2. 4 Postingan BTS pada Instagram @gojekindonesia .....              | 58 |
| Gambar 2. 5 Pop-Up Postingan BTS pada Instagram.....                        | 59 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Definisi Operasional .....           | 33 |
| Tabel 1.2 Tabel Kriteria Uji Reliabilitas.....  | 49 |
| Tabel 3. 1 Uji Validitas .....                  | 62 |
| Tabel 3. 2 Tabel Kriteria Uji Reliabilitas..... | 64 |
| Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas .....               | 64 |
| Tabel 3. 4 Jenis Kelamin.....                   | 65 |
| Tabel 3. 5 Usia .....                           | 65 |
| Tabel 3. 6 Media .....                          | 66 |
| Tabel 3. 7 Distribusi Frekuensi – Item 1.....   | 67 |
| Tabel 3. 8 Distribusi Frekuensi – Item 2.....   | 68 |
| Tabel 3. 9 Distribusi Frekuensi – Item 3.....   | 68 |
| Tabel 3. 10 Distribusi Frekuensi – Item 4 ..... | 69 |
| Tabel 3. 11 Distribusi Frekuensi – Item 5.....  | 69 |
| Tabel 3. 12 Distribusi Frekuensi – Item 6.....  | 70 |
| Tabel 3. 13 Distribusi Frekuensi – Item 7.....  | 71 |
| Tabel 3. 14 Distribusi Frekuensi – Item 8.....  | 72 |
| Tabel 3. 15 Distribusi Frekuensi –Item 9.....   | 72 |
| Tabel 3. 16 Distribusi Frekuensi– Item 10.....  | 73 |
| Tabel 3. 17 Distribusi Frekuensi – Item 11..... | 74 |
| Tabel 3. 18 Distribusi Frekuensi – Item 12..... | 74 |
| Tabel 3. 19 Distribusi Frekuensi – Item 13..... | 75 |
| Tabel 3. 20 Distribusi Frekuensi – Item 14..... | 76 |
| Tabel 3. 21 Distribusi Frekuensi – Item 15..... | 77 |
| Tabel 3. 22 Distribusi Frekuensi – Item 16..... | 78 |
| Tabel 3. 23 Distribusi Frekuensi – Item 17..... | 78 |
| Tabel 3. 24 Distribusi Frekuensi – Item 18..... | 79 |
| Tabel 3. 25 Distribusi Frekuensi – Item 19..... | 80 |
| Tabel 3. 26 Distribusi Frekuensi – Item 20..... | 81 |
| Tabel 3. 27 Distribusi Frekuensi – Item 21..... | 81 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3. 28 Distribusi Frekuensi – Item 22.....                              | 82 |
| Tabel 3. 29 Rata-Rata Skor Pada Dimensi Atribut .....                        | 83 |
| Tabel 3. 30 Rata-Rata Skor Pada Dimensi Manfaat .....                        | 84 |
| Tabel 3. 31 Rata-Rata Skor Pada Dimensi Sikap.....                           | 85 |
| Tabel 3. 32 Rata-Rata (mean) Seluruh Dimensi <i>Brand Image</i> .....        | 86 |
| Tabel 3. 33 Kategorisasi Interval Nilai Mean Per Item .....                  | 89 |
| Tabel 3. 34 Rangkuman Data <i>Mean</i> Tiap Dimensi <i>Brand Image</i> ..... | 91 |

