

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR BOYBAND NCT 127*
TERHADAP *BRAND IMAGE* APLIKASI BLIBLI**

**(Survei kepada NCTZEN pengikut akun @nctzenbase Pengguna Aplikasi
Blibli di Twitter)**



Velinca Risan
(193516516354)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PUBLIC RELATIONS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**



NATIONAL UNIVERSITY

***EFFECT OF USING THE NCT 127 BOYBAND BRAND
AMBASSADOR ON THE BRAND IMAGE OF THE BLIBLI
APPLICATION***

***(Survey of Nctzen Followers @Nctzenbase Account, Blibli
Application Users On Twitter)***

THESIS

***Submitted as one of the requirement to obtain a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom)***

**Velinca Risan
(193516516354)**

***Faculty of Social Science and Political Science
Communication Science Study Program***

2023



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Velinca Risan
NPM : 193516516354
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* *Boyband* NCT 127 Terhadap *Brand Image* Aplikasi Blibli
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 28 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dekan

Yayu Sriwartini, S.Sos.,M.Si.



Dr. Ena Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh


Nama : Velinca Risan
NPM : 193516516354
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* *Boyband* NCT 127 Terhadap *Brand Image* Aplikasi Blibli

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Zainul Djumadin, M.Si.



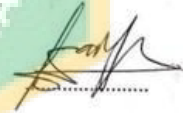
Penguji I

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.



Pembimbing I

Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 Maret 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Velinca Risan
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516354
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* *Boyband* NCT 127
Terhadap *Brand Image* Aplikasi Blibli

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos.,M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Velinca Risan
NPM : 193516516354
Fakultas/Akademik : FISIP
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 21 Februari 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh Penggunaan Duta Merek NCT 127 Terhadap Citra Merek Aplikasi Blibli

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Effect of Using The NCT 127 Boyband Brand Ambassador on the Brand Image of the Blibli Application

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 28 Februari 2023	TGL : 28 Februari 2023	TGL : 28 Februari 2023
		



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 20/20**

Nama Mahasiswa : Velinca Risan
No. Pokok : 193516516354
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 1 Februari 2001
Alamat Rumah : Vila Mutiara Cinere Blok D8 No 12. RT.007/RW.011
Kel. Grogol, Limo, Kota Depok, Jawa Barat. Kode Pos:
16512
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 081282484042
Alamat Kantor :
E-mail : velinca2001@gmail.com

Depok, 28 Februari 2023

Alumni,

Velinca Risan

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Velinca Risan

NPM : 193516516354

Judul Skripsi : *PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR
BOYBAND NCT 127 TERHADAP BRAND IMAGE APLIKASI
BLIBLI*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis tidak memiliki kesamaan dengan skripsi lain. Demikian pernyataan ini dibuat tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan diberikan sanksi.



Depok, 8 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,

Velinca Risan

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat-Nya pen dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* *Boyband* NCT 127 Terhadap *Brand Image* Aplikasi Blibli”**.

Dalam proses pembuatan skripsi ini peneliti mengalami kesulitan, dan kendala namun berkat arahan, dorongan moril dan materil serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati serta rasa hormat, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi. Dan Nursatyo, S.Sos., M.Si., beserta jajarannya.

6. Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing peneliti, memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, dan dorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan di setiap semester.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
9. Kepada orang tua, Mama Berliana Dameria Susanti yang membantu peneliti dalam bentuk perhatian, doa, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada kedua Kakak Rivel Aidilah dan Claudino Ladipa, yang tiada henti memberikan perhatian dan semangat agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada sahabat di SMA 9 Depok Khoiril Fatihah, dan Yasmine Lestari yang telah memberikan semangat kepada peneliti.
12. Kepada sahabat di Universitas Nasional Bunga Putri Handayana, Rian Bima Adiansah, Bunga Reda, Nabila Nahda yang telah memberikan bantuan moril kepada peneliti.
13. Kepada seluruh member NCT khususnya Na Jaemin dan Mark Lee yang telah memberikan semangat dan memotivasi dalam kehidupan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu namun telah membantu penelitian skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu peneliti. Terlepas dari adanya kekurangan, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.



Depok, 9 Februari 2023

Velinca Risan

ABSTRAK

Nama : Velinca Risan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador Boyband NCT 127* Terhadap *Brand Image* Aplikasi Blibli

Kata Kunci Duta Merek, NCT 127, Citra Merek, Blibli	Penggunaan <i>celebrity brand ambassador</i> dapat memberikan pengaruh pada citra merek sebuah perusahaan di kalangan masyarakat. Dengan adanya fenomena <i>K-Pop Wave</i> atau Gelombang <i>K-Pop</i> yang kian merajalela di kalangan masyarakat, membuat beberapa perusahaan bekerjasama dengan selebriti yang berasal dari Korea Selatan dalam memasarkan produknya salah satunya untuk menaikkan <i>brand image</i> dari perusahaan tersebut khususnya <i>e-commerce</i> . Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh <i>brand ambassador boyband NCT 127</i> terhadap <i>brand image</i> dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh <i>brand ambassador boyband NCT 127</i> terhadap <i>brand image</i> aplikasi Blibli. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori <i>Stimulus-organism-Response (SOR)</i> . Konsep pada penelitian ini adalah <i>Brand ambassador</i> dan <i>Brand image</i> Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif metode survey dengan menyebarkan kepada 130 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan inferensial. Dalam penelitian terdapat pengaruh antara <i>brand ambassador NCT 127</i> dengan <i>brand image</i> aplikasi Blibli. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan korelasi <i>pearson</i> rhitung (0,519) > rtabel (0,172). Kemudian diperkuat dengan nilai sig hitung (0,000) > sig tabel (0,05). Kesimpulan dalam penelitian ini adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan <i>brand ambassador NCT 127</i> dengan <i>brand image</i> aplikasi Blibli.
Dosen Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : Velinca Risan
Study Program : Communication Science
Title : Effect of Using The NCT 127 Brand Ambassador on the Brand Image of the Blibli application

<p>Keywords</p> <p>Brand Ambassador, NCT 127, Brand Image, Blibli</p>	<p><i>The use of celebrity brand ambassadors can have an impact on the brand image of a company among the public. With the K-Pop Wave phenomenon which is increasingly rampant among the public, several companies have collaborated with celebrities from South Korea in marketing their products, one of which is to increase the company's brand image, especially e-commerce. The purpose of this research is to find out whether the NCT 127 boy band brand ambassador has an influence on brand image to find out how much influence the NCT 127 boy band brand ambassador has on the Blibli application brand image. The theory used in this study is the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory. The concept in this study is Brand ambassador and Brand image. The method in this study is a quantitative explanatory survey method by distributing it to 130 respondents. The data analysis technique used is descriptive and inferential. In the study, there was an influence between the NCT 127 brand ambassadors and the brand image of the Blibli application. This is evidenced by the calculation of the Pearson correlation $r_{count} (0.519) > r_{table} (0.172)$. Then it is strengthened by the sig arithmetic value $(0.000) > sig\ table (0.05)$. The conclusion in this study is that there is a significant influence between the use of the NCT 127 brand ambassador and the brand image of the Blibli application.</i></p>
<p>Lecturer</p>	<p>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.</p>

DAFTAR ISI

Formulir Persetujuan Skripsi	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Manfaat Penelitian.....	22
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	22
1.4.2. Manfaat Praktis.....	22
1.4.3. Manfaat Sosial	22
1.4.4. Manfaat Metodologis	23
BAB II KERANGKA TEORI	24
2.1 Penelitian Terdahulu	24
2.2 <i>Research Gap</i>	32
2.3. <i>State of The Art</i>	33
2.4. Teori Stimulus-Organisme-Response (S-O-R)	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36
2.6 Definisi Konseptual dan Operasional.....	37
2.6.1 <i>Brand Ambassador</i>	37
2.6.2 <i>Brand Image</i>	39
2.7 Kerangka Berpikir	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43

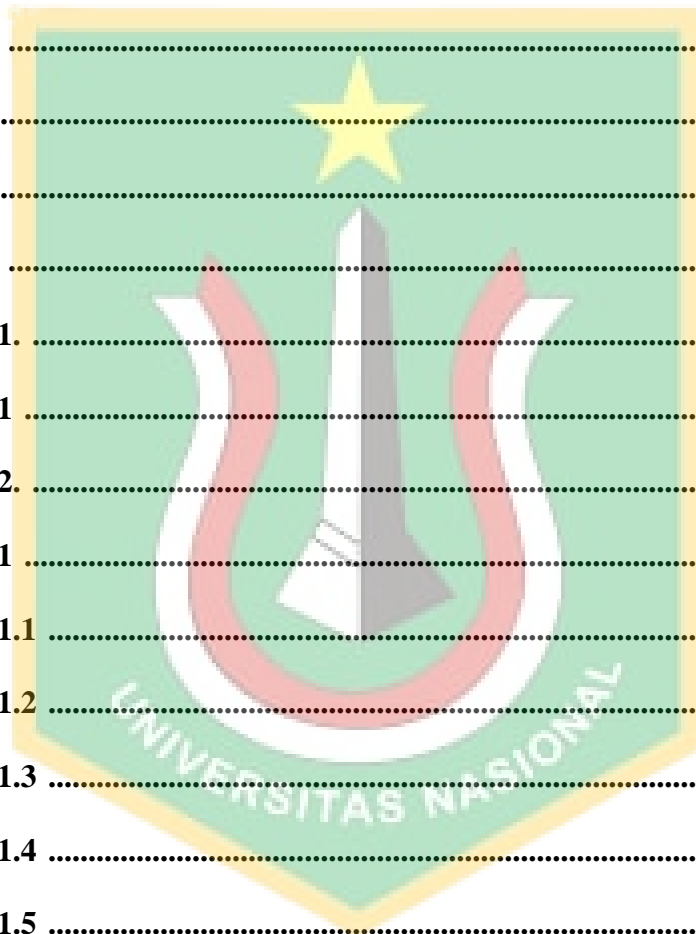
3.2 Pendekatan Penelitian dan Taraf Signifikansi Riset	44
3.2.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2.2 Taraf Signifikansi Riset	45
3.3 Metode dan Jenis Penelitian.....	46
3.3.1 Metode Penelitian.....	46
3.3.2 Jenis Penelitian	47
3.4 Data dan Teknik Pengambilan Data	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Populasi dan Teknik Sampling	48
3.5.1 Populasi	48
3.5.2 Sampel dan Ukuran Sampel.....	49
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	50
3.6 Proses Pengukuran	51
3.6.1 Penetapan Variabel X dan Variabel Y beserta Skala Ukur.....	51
3.6.2 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	53
3.6.3 Uji Validitas Instrumen Riset	56
3.6.4 Uji Reliabilitas Instrumen Riset	59
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	60
3.7.1 Teknik Pengolahan Data	60
3.7.2 Analisis Data	60
3.7.3 Analisis Koefisiensi Korelasi <i>Pearson</i>	61
3.7.4 Analisis Regresi <i>Linier Sederhana</i>	63
3.8 Perencanaan Jadwal Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
4.1 Profil Responden	66
4.1.1. Tabel Satu Arah Profil Responden.....	66
4.1.2 Tabel Silang Profil Responden.....	71
4.2 Gambaran Deskriptif <i>Boyband NCT 127</i> Sebagai <i>Brand Ambassador</i> ..	79
4.2.1. Gambaran Seluruh Data Penggunaan <i>Brand Ambassador Boyband NCT 127 (X)</i>	79
4.2.2. Gambaran Data Setiap Dimensi	88

4.2.2.26. Gambaran Power Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	111
4.2.3. Gambaran Penggunaan Brand Ambassador Boyband NCT 127.....	116
4.3. Gambaran Data Deskriptif Brand Image	124
4.3.1. Gambaran Data Secara Keseluruhan Dalam <i>Brand Image</i> NCT 127	124
4.3.2. Gambaran Data Setiap Dimensi	132
4.3.3. Gambaran Brand Image	153
4.4 Uji Hipotesis.....	161
4.4.1. Tabel Model Summary	161
4.4.2. Tabel Anova.....	162
4.4.3 Tabel Koefisien.....	163
4.5. Pembahasan.....	164
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	167
Daftar Pustaka.....	169
Lampiran	174

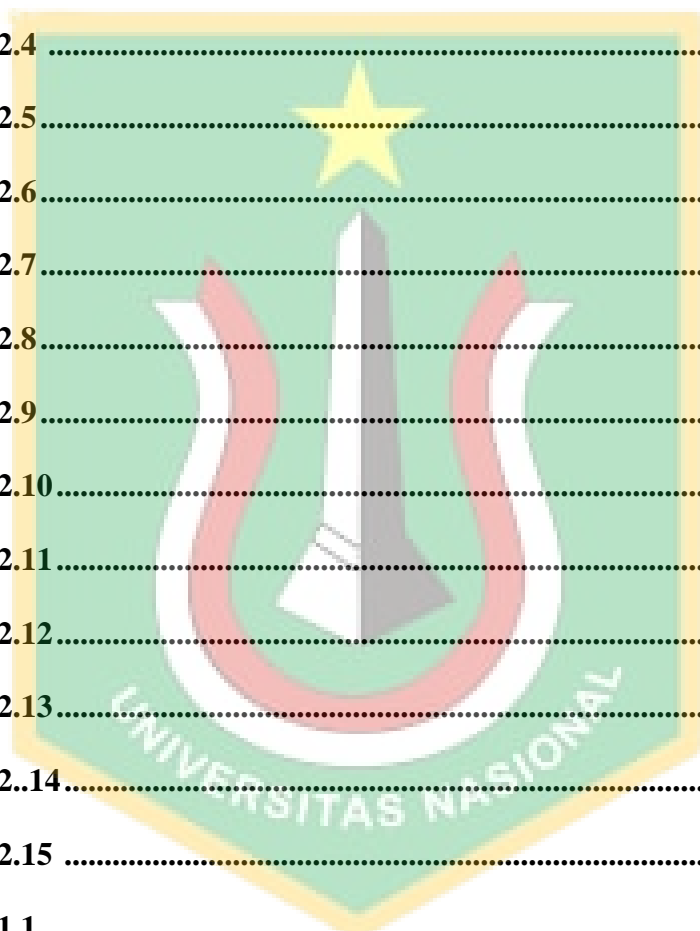


DAFTAR TABEL

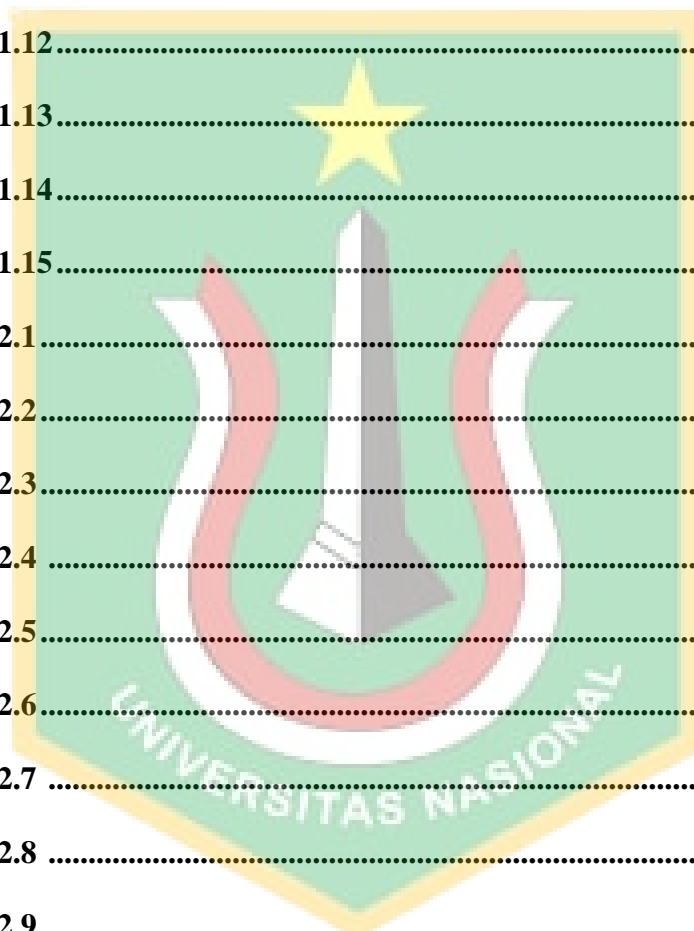
Tabel 1.1.	2
Tabel 1.2.	3
Tabel 1.3.	5
Tabel 1.4.	7
Tabel 1.5.	11
Tabel 1.6.....	11
Tabel 1.7.....	19
Tabel 2.1.	22
Tabel 2.3.1.	31
Tabel 3.6.1	51
Tabel 3.6.2.	56
Tabel 3.8.1	63
Tabel 4.1.1.1	64
Tabel 4.1.1.2	64
Tabel 4.1.1.3	65
Tabel 4.1.1.4	65
Tabel 4.1.1.5	66
Tabel 4.1.1.6	66
Tabel 4.1.1.7	67
Tabel 4.1.1.8	67
Tabel 4.1.1.9	67
Tabel 4.1.1.10	68



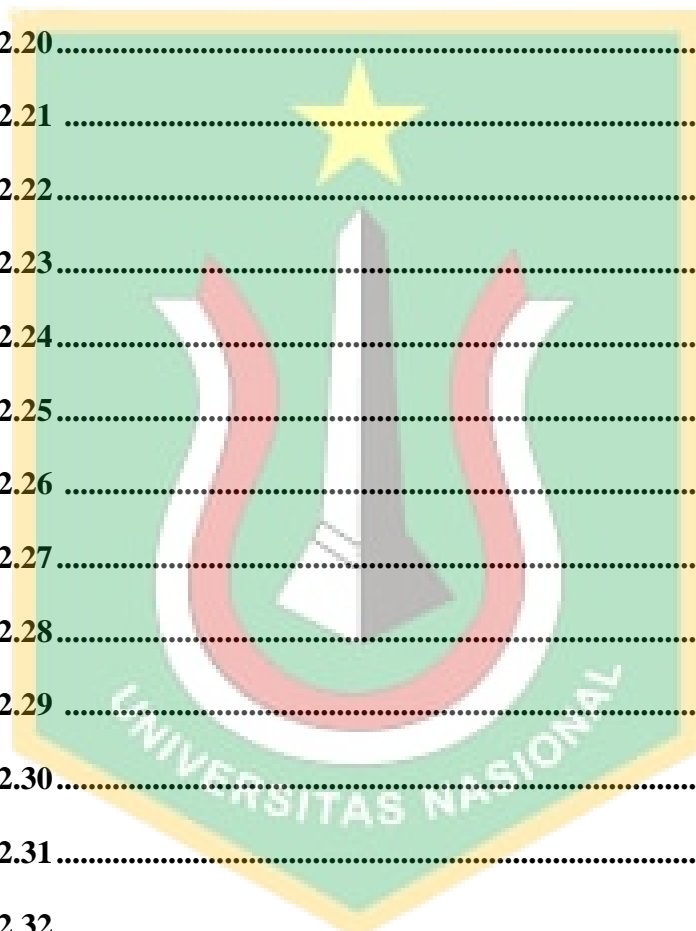
Tabel 4.1.1.11	68
Tabel 4.1.1.12	69
Tabel 4.1.2.1	69
Tabel 4.1.2.2	70
Tabel 4.1.2.3	71
Tabel 4.1.2.4	71
Tabel 4.1.2.5	72
Tabel 4.1.2.6	72
Tabel 4.1.2.7	72
Tabel 4.1.2.8	73
Tabel 4.1.2.9	74
Tabel 4.1.2.10	74
Tabel 4.1.2.11	75
Tabel 4.1.2.12	75
Tabel 4.1.2.13	76
Tabel 4.1.2.14	76
Tabel 4.1.2.15	77
Tabel 4.2.1.1	78
Tabel 4.2.1.2	78
Tabel 4.2.1.3	79
Tabel 4.2.1.4	80
Tabel 4.2.1.5	80
Tabel 4.2.1.6	81



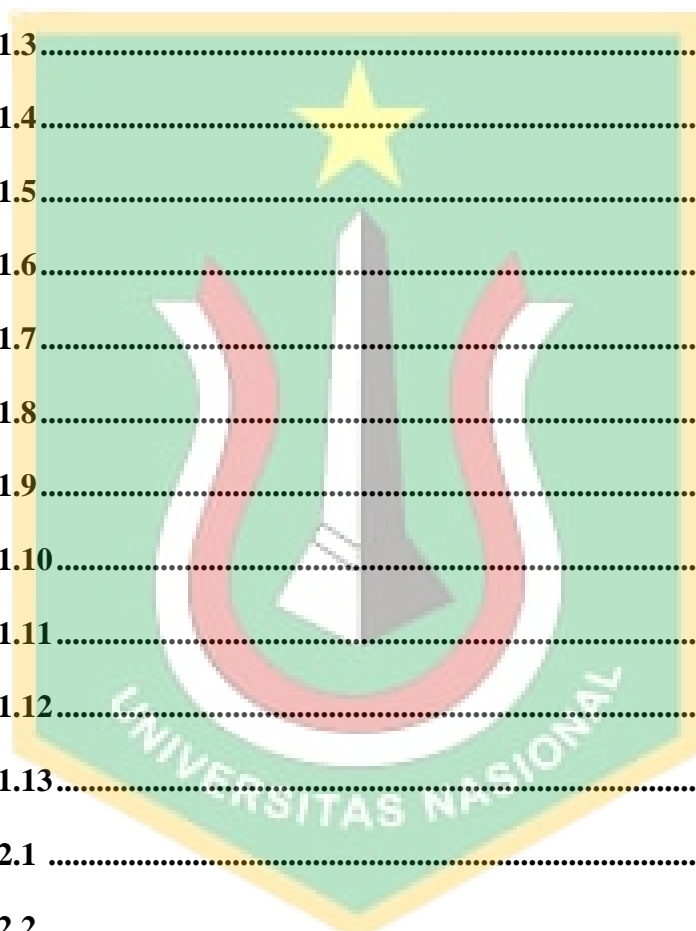
Tabel 4.2.1.7	82
Tabel 4.2.1.8	82
Tabel 4.2.1.9	83
Tabel 4.2.1.10	84
Tabel 4.2.1.11	84
Tabel 4.2.1.12	85
Tabel 4.2.1.13	86
Tabel 4.2.1.14	86
Tabel 4.2.1.15	87
Tabel 4.2.2.1	89
Tabel 4.2.2.2	89
Tabel 4.2.2.3	90
Tabel 4.2.2.4	91
Tabel 4.2.2.5	92
Tabel 4.2.2.6	93
Tabel 4.2.2.7	93
Tabel 4.2.2.8	94
Tabel 4.2.2.9	96
Tabel 4.2.2.10	96
Tabel 4.2.2.11	97
Tabel 4.2.2.12	98
Tabel 4.2.2.13	99
Tabel 4.2.2.14	100



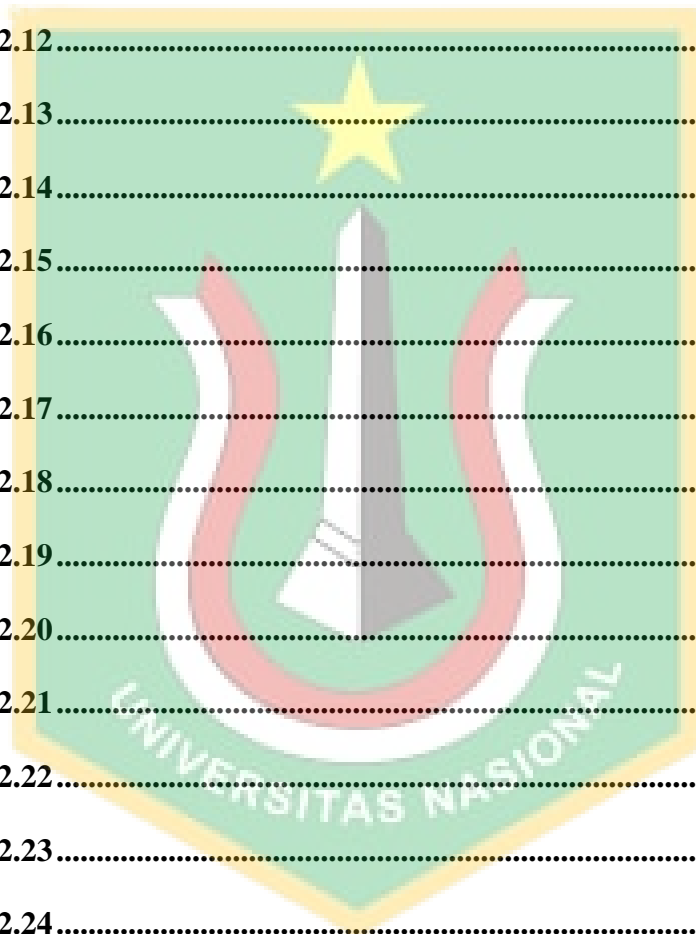
Tabel 4.2.2.15	100
Tabel 4.2.2.16	101
Tabel 4.2.2.17	103
Tabel 4.2.2.18	104
Tabel 4.2.2.19	104
Tabel 4.2.2.20	105
Tabel 4.2.2.21	106
Tabel 4.2.2.22	107
Tabel 4.2.2.23	108
Tabel 4.2.2.24	108
Tabel 4.2.2.25	110
Tabel 4.2.2.26	111
Tabel 4.2.2.27	112
Tabel 4.2.2.28	113
Tabel 4.2.2.29	114
Tabel 4.2.2.30	114
Tabel 4.2.2.31	115
Tabel 4.2.2.32	115
Tabel 4.2.3.1	117
Tabel 4.2.3.2	118
Tabel 4.2.3.3	119
Tabel 4.2.3.4	120
Tabel 4.2.3.5	121



Tabel 4.2.3.6.....	122
Tabel 4.2.3.7.....	122
Tabel 4.2.3.8.....	123
Tabel 4.3.1.1	124
Tabel 4.3.1.2.....	124
Tabel 4.3.1.3.....	125
Tabel 4.3.1.4.....	126
Tabel 4.3.1.5.....	126
Tabel 4.3.1.6.....	127
Tabel 4.3.1.7.....	127
Tabel 4.3.1.8.....	128
Tabel 4.3.1.9.....	129
Tabel 4.3.1.10.....	129
Tabel 4.3.1.11.....	130
Tabel 4.3.1.12.....	130
Tabel 4.3.1.13.....	131
Tabel 4.3.2.1	133
Tabel 4.3.2.2	133
Tabel 4.3.2.3.....	134
Tabel 4.3.2.4.....	135
Tabel 4.3.2.5.....	136
Tabel 4.3.2.6	137
Tabel 4.3.2.7	137



Tabel 4.3.2.8.	138
Tabel 4.3.2.9	140
Tabel 4.3.2.10	141
Tabel 4.3.2.11	141
Tabel 4.3.2.12	142
Tabel 4.3.2.13	143
Tabel 4.3.2.14	144
Tabel 4.3.2.15	145
Tabel 4.3.2.16	145
Tabel 4.3.2.17	147
Tabel 4.3.2.18	148
Tabel 4.3.2.19	149
Tabel 4.3.2.20	150
Tabel 4.3.2.21	150
Tabel 4.3.2.22	151
Tabel 4.3.2.23	152
Tabel 4.3.2.24	152
Tabel 4.3.3.1	155
Tabel 4.3.3.2	155
Tabel 4.3.3.3	156
Tabel 4.3.3.4	157
Tabel 4.3.3.5	158



Tabel 4.3.3.6	159
Tabel 4.3.3.7	159
Tabel 4.3.3.8	160
Tabel 4.4.1	161
Tabel 4.4.2	162
Tabel 4.4.3	163



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	4
Gambar 1.2.	9
Gambar 1.3.	10
Gambar 1.4.	16
Gambar 1.5.	17
Gambar 2.7.1.	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	171
Lampiran 2	172
Lampiran 3	174
Lampiran 4	177
Lampiran 5	179
Lampiran 6	180
Lampiran 7	183
Lampiran 8	184
Lampiran 9	185
Lampiran 10	186
Lampiran 11	187
Lampiran 12	187
Lampiran 13	188
Lampiran 14	191
Lampiran 15	194
Lampiran 16	195
Lampiran 17	196

