

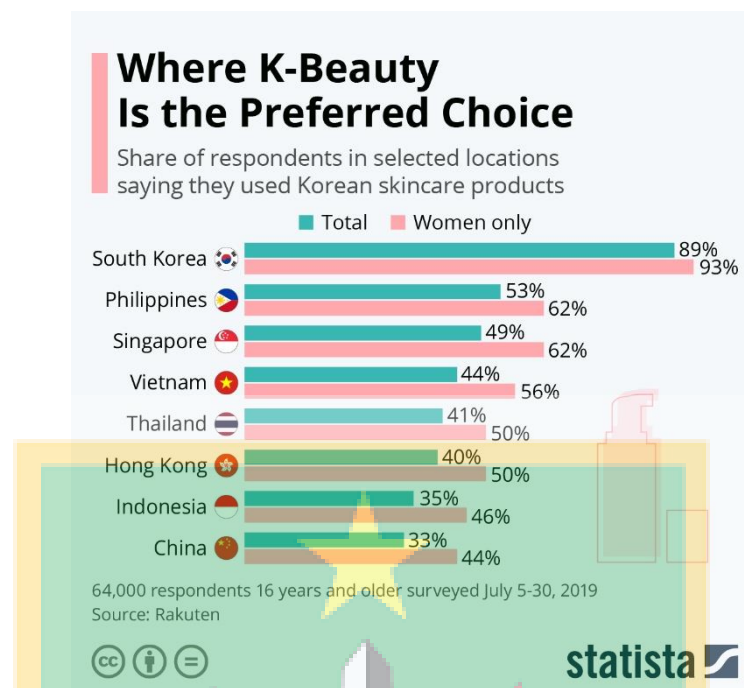
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Bahasa Indonesia, *Korean Wave* atau *Hallyu* ini dapat diartikan sebagai gelombang Korea. *Hallyu* juga dapat diartikan sebagai istilah untuk menjelaskan bagaimana perkembangan penyebaran budaya Korea seperti musik dan drama di seluruh dunia (Rurani & Septriana, 2021: 138). Pada awalnya *Hallyu* mulai masuk ke dalam masyarakat global pada pertengahan 1990-an. Tepatnya setelah Korea mengadakan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada 1992. Setelah itu, musik pop Korea yang dikenal dengan *Kpop* dan drama TV Korea atau *Kdrama* langsung populer di kalangan masyarakat Tiongkok. *Hallyu* sendiri meliputi berbagai aspek kebudayaan Korea Selatan seperti musik, drama televisi, film, makanan, literatur, bahasa, hingga fashion dan kecantikan. (Nugroho, 2011).

Budaya Korea sendiri memang berkembang pesat dan meluas secara global dalam dua dekade terakhir. Seiring bertambah banyaknya penggemar *Hallyu*, banyak pula yang menjadikan Korea Selatan sebagai acuan. Salah satunya dalam bidang kecantikan, contohnya *skincare*.



Gambar 1.1 Negara Negara dengan Pengguna Skincare Korea Selatan Terbanyak
Source : Rakuten

Di Indonesia sendiri, berdasarkan hasil survei ZAP *Beauty* yang dimuat dalam laman *zapclinic.com*, Korea Selatan masih menjadi salah satu negara yang menjadi banyak pilihan perempuan Indonesia mengenai pembelian *skincare*. Terbukti pada tahun 2018 dan 2019, Korea Selatan berhasil menempati urutan pertama disusul oleh Indonesia dan Jepang.

Nacific merupakan salah satu produk kecantikan asal Korea Selatan. Berdiri pada tahun 2015 dibawah naungan Perusahaan Abillkorea Co Ltd, atau PT. Abill Indonesia Jaya untuk perusahaan di Indonesia. Disampaikan dalam laman *en.Nacific.com*, Nacific menyatakan bahwa “NACIFIC *utilizes the energy of nature, comforts and relieves the skin as well as focusing on the applying impression.*”, yang berarti Nacific memanfaatkan energi alam, mengutamakan kenyamanan dan kesan pertama sentuhan untuk segala jenis kulit.” Nacific dengan slogan *The birth of natural beauty* menyajikan berbagai macam produk *skincare* yang menyesuaikan

dengan banyak jenis kulit penggunaannya. Untuk produk Nacific sendiri terbagi dalam beberapa *series skincare*, contohnya seperti *Fresh Herb Origin* untuk, *Phyto Niacin Whitening Line Skincare*, *Pink AHABHA Skincare*, *Acne Cica Plus Clear* dan sebagainya.

Pada tahun 2022 ini Nacific telah mengeluarkan sertifikasi halal. Dilansir oleh Marketeers, Kim Hyung Min selaku CEO ABILLKOREA Co Ltd mengatakan bahwa untuk memperluas pasarnya di Indonesia, Nacific melakukan sertifikasi halal untuk semua produknya. Lebih tepatnya pada 2 februari 2022 sertifikasi halal ini telah diresmikan untuk produk *skincare*, mulai dari bahan hingga proses produksinya. Selain itu produk Nacific juga sudah *vegan-friendly* yang berarti dengan menggunakan produk *vegan-friendly* diharapkan bisa mengurangi dampak ekologis terhadap planet.

Stray Kids adalah *boyband* asal Korea Selatan yang debut pada tanggal 25 Maret 2018 dibawah perusahaan Korea bernama JYP *Entertainment*. Dilansir oleh IDN Times, Pada tahun 2019 mereka berhasil memenangkan Golden Disk Award untuk kategori *Artist Rookie of the Year*. Kemudian pada tahun 2021 dan 2022, mereka berhasil memenangkan dua penghargaan utama (*Daesang*) secara berturut turut. Sementara itu baru baru ini mereka berhasil memecahkan rekor untuk jumlah *pre-order* album yang mencapai total 5.13 juta. Stray Kids sendiri memiliki banyak penggemar yang biasa disebut dengan nama STAY. Menurut Seungmin yang merupakan salah satu member Stray Kids, nama STAY diambil dari nama depan grupnya yaitu Stray. Dengan mengeluarkan huruf r yang dimaknai sebagai “*reason*” atau alasan mengapa Stray Kids bisa berdiri dan bertahan hingga saat ini. Setiap *fandom* memiliki kegiatan yang biasanya berkaitan dengan idolanya, termasuk

STAY. Acara seperti merayakan ulang tahun member Stray Kids, ulang tahun *fandom*, hari debut Stray Kids, dan lain lain. Atau acara yang bertemu secara langsung dengan idolanya seperti mendatangi konser, *fansign* atau *fanmeet*.



Gambar 1.2 Konser Stray Kids Maniac 2nd Tour in Jakarta 2022

Source: Mecima Pro

Melihat kesuksesan Stray Kids hal ini dimanfaatkan oleh *brand* Nacific untuk strategi *marketing* mereka dengan cara menggunakan Stray Kids sebagai *brand ambassador* produk mereka.



Gambar 1.3 Stray Kids Sebagai Brand ambassador Nacific

Source : Nacific

Dalam Ambarwati dkk (2023: 43) disebutkan bahwa *brand ambassador* merupakan seseorang yang memiliki peran penting dalam sebuah *brand* dan perusahaan khususnya bagian *marketing*. *Brand ambassador* ini diajak bekerjasama oleh perusahaan untuk menjadi ikon atau “wajah” sebuah *brand* atau produk. *Brand ambassador* ini biasanya diambil dari kalangan yang memiliki pengaruh besar misalnya artis yang terkenal yang bisa memberikan dampak pada masyarakat. Karena dengan begitu masyarakat akan lebih tertarik untuk mencoba dan membeli barang yang telah di promosikan oleh *brand ambassador* tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan pemilihan *brand ambassador* yang tepat, *brand* bisa memikat dan meningkatkan minat beli masyarakat akan suatu produk.

Sementara itu dalam Syahnaz dan Wahyono (2016), minat beli menurut Rizky dan Yasin adalah keinginan tersembunyi yang selalu ada dalam benak konsumen. Selalu ada secara tersurat dalam individu dimana tak seorang pun bisa menebak apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) dan Zigi.id diketahui dari 1.609 responden 48% mengatakan bahwa mereka akan membeli produk yang direkomendasikan oleh idola *Kpop* atau aktor dan aktris *Kdrama*. Hal ini membuktikan bahwa dampak dari artis korea pada masa sekarang sangatlah besar. Maka dari itu banyak dari *brand-brand* pada zaman sekarang menggunakan artis Korea secara garis besar sebagai *brand ambassador* produk mereka. Fenomena ini terjadi di berbagai negara yang terkena dampak dari *Hallyu*, salah satunya Indonesia.

Dari penjelasan latar belakang diatas pada akhirnya penelitian ini mengambil judul “Pengaruh *brand ambassador* Stray Kids terhadap minat beli *skincare* Nacific pada *fandom* STAY.”

1.2 Rumusan Masalah

Hallyu atau gelombang Korea merupakan budaya populer Korea yang di dalamnya ada berbagai macam produk, misalnya seperti *Kdrama* dan *Kpop*. Karena memiliki dampak yang besar banyak *brand* yang memanfaatkan fenomena ini dengan menjadikan artis *Hallyu* sebagai *brand ambassador* produk mereka. *Brand ambassador* pada umumnya adalah alat promosi bagi suatu produk. Berdasarkan uraian dari fenomena di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apakah terdapat pengaruh dari *brand ambassador* Stray kids terhadap minat beli produk *skincare* Nacific pada *fandom* STAY?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari *brand ambassador* Stray kids terhadap minat beli produk *skincare* Nacific pada *fandom* STAY.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *brand ambassador* Stray kids terhadap minat beli *skincare* Nacific terhadap minat beli pada *fandom* STAY pada grup chat konser Stray Kids MANIAC JKT.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan untuk referensi pembaca. Dengan fungsi untuk memberikan pengetahuan tentang apakah terdapat pengaruh dari penggunaan Stray kids sebagai *brand ambassador* produk *skincare* Nacific terhadap minat beli pada *fandom* STAY. Selain itu juga bisa untuk melihat seberapa

besar pengaruh *Hallyu* di Indonesia, khususnya di bidang kecantikan dan perawatan kulit.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari penggunaan idola korea sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli, dikarenakan dampak dari *Kpop* itu sendiri sangatlah besar dan fenomena ini mudah sekali ditemui belakangan ini di Indonesia.

1.6 Metode Penelitian

Definisi dari metode penelitian kuantitatif dipaparkan Sugiyono (2013: 8) dalam bukunya, yakni suatu metode yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan filsafat positivisme sebagai dasarnya, fungsinya sebagai metode dalam mengkaji suatu populasi maupun sampel. Sebagai upaya dalam menguji hipotesis yang telah ditentukan digunakan instrumen penelitian dalam mengumpulkan data yang kemudian dianalisis secara statistik atau kuantitatif. Fenomena atau realita atau gejala yang dipandang dari filsafat positivisme mampu digolongkan, terukur, konkrit, cenderung tetap, teramati serta kaitan fenomena sifatnya sebab akibat.

1.7 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

1.7.1. Sumber Data

Terbagi menjadi dua jenis, sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah sumber data primer serta sumber data sekunder. Sumber data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung disebut sumber data primer, sebaliknya sumber data yang didapatkan secara tidak langsung ialah sumber data sekunder. Misalnya melalui dokumen.

Pada penelitian kali ini, sumber data primer diperoleh melalui teknik penyebaran kuesioner terkait penelitian kepada responden tertentu. Untuk subjeknya sendiri memiliki kriteria yaitu seseorang yang merupakan penggemar *Kpop* grup Stray Kids. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh melalui buku buku, jurnal maupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.2. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengambilan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013: 142). Dalam pengambilan data, peneliti memberikan kuesioner kepada responden dengan kriteria yaitu seorang penggemar *Kpop* melalui form penelitian *online*. Pertanyaan dalam kuesioner merupakan pertanyaan tentang hal-hal yang berkaitan dengan rasa suka serta tingkat loyalitas penggemar dan penggunaan idola Korea sebagai seorang *brand ambassador* kecantikan.

1.8 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian ini berisi tentang gambaran isi dari bab 1-4 :

Bab I : Bab I adalah pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan metode penelitian juga sumber data dan teknik penelitian.

Bab II : Bab II adalah kajian pustaka dimana pemaparan atas pustaka yang ditinjau terkait penelitian serta penjelasan atas teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian. Dimuat juga keaslian penelitian dan kerangka pikir pada bagian ini.

Bab III : Bab III berisi tentang analisis dan pembahasan mengenai hasil penelitian

Bab IV : Bab IV berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai penelitian.