



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND IMAGE*

**(Studi Eksplanatif Pengaruh *Brand Ambassador* Chelsea
Islan terhadap *Brand Image* OPPO F9 di Kalangan
Followers Instagram Oppo Indonesia)**

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Jessica Yuliana Wibowo
1410110119

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 November 2018



Jessica Yuliana Wibowo

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh *Brand Ambassdor* Terhadap *Brand Image* (Studi Eksplanatif Pengaruh *Brand Ambassador* Chelsea Islan terhadap *Brand Image* Oppo F9 di Kalangan *Followers* Instagram Oppo Indonesia)”

Oleh

Jessica Yuliana Wibowo

14140110119

Telah diujikan pada hari Jumat, 26 Oktober 2018,

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan lulus

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang,



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

Penguji Ahli,



Helga Liliani Cakra Dewi, M.Comm..

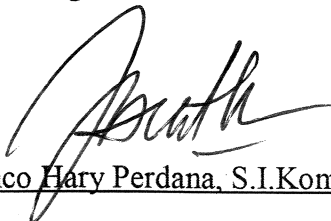
Dosen Pembimbing,

a.n  INCO

Dr. Bertha Sri Eko, M.Si.

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Mankind cannot do anything good for themselves

Therefore GOD give His grace toward us

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karunia dan berkat yang diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul “Pengaruh *Brand Ambassdor* Terhadap *Brand Image* (Studi Eksplanatif Pengaruh *Brand Ambassador* Chelsea Islan terhadap *Brand Image* Oppo F9 di Kalangan *Followers* Instagram Oppo Indonesia)”. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata I, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu, mendukung serta mendorong penulis dalam penyusunan Skripsi. Ucapan ini khususnya ditujukan untuk :

1. Ibu Dr. Bertha Sri Eko, M.Si. yang telah memberikan bimbingan dan dukungan pada saat proses penyusunan Skripsi ini sehingga penulis pun dapat menyelesaikan laporan ini sesuai pada waktunya.
2. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku ketua sidang yang telah memberikan kritik serta saran perbaikan untuk penulisan Skripsi.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. selaku penguji ahli Skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan bermanfaat untuk penyusunan Skripsi penulis.

5. Papi Sien, Mami Lan, Ko Calvin dan Ko Felix yang memberikan semangat, perhatian serta mendukung penulis dalam doa.
6. Ie chang Yahya, Ii Linda, Sofie dan Feby yang selalu memberikan perhatian dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Pepita Sanko, Fenny, Maria Helena Heru, Oktavia Susanti Hadi dan Sheila Wibisono yang merupakan rekan seperjuangan dalam melakukan proses penyusunan Skripsi serta telah membantu dan memberikan informasi kepada penulis.
8. Teman-teman serta pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan doanya selama proses penyusunan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa pembuatan dan penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk menyempurnakan Skripsi ini.

Tangerang, 9 November 2018

Jessica Yuliana Wibowo

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE
(Studi Eksplanatif Pengaruh *Brand Ambassador* Chelsea Islan terhadap
***Brand Image* OPPO F9 di Kalangan *Followers* Instagram Oppo Indonesia)**

ABSTRAK

Oleh : Jessica Yuliana Wibowo

Oppo Indonesia telah berhasil menghilangkan persepsi “buatan China” yang melekat pada produknya, namun belum sepenuhnya berhasil menguasai benak target sarannya. Saat ini, Oppo Indonesia berada di tahap *brand recall* dalam kategori *smartphone* dengan fitur kamera berkualitas, namun belum mencapai tahap *top of mind* seperti yang telah menjadi target Oppo Indonesia sejak tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari penggunaan *brand ambassador* Chelsea Islan terhadap *brand image* Oppo F9, serta seberapa besar pengaruh yang diberikan. Penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Organisme-Respon, pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh sebesar 27,8%. Penelitian ini juga menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,528 yang artinya terdapat korelasi yang positif dan signifikan.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan OPPO Indonesia



THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR TOWARDS BRAND IMAGE
(Explanatory Study of The Influence of Brand Ambassador Chelsea Islan on
Oppo F9's Brand Image among Oppo Indonesia's Instagram Followers)

ABSTRACT

By : Jessica Yuliana Wibowo

Oppo Indonesia has managed to eliminate the “made in China” perception which attached to its products, but has not completely managed to master the minds of its target market. Currently Oppo Indonesia is in brand recall stage, but has not reached the top of mind stage as has been targetted by Oppo Indonesia since 2017. This study aims to determine whether there is influence of the use of brand ambassador Chelsea Islan towards the brand image of Oppo F9 and how much influence is given. This study uses the Stimulus-Organism-Response Theory, a quantitative approach with survey method. The research findings show that there is an influence of 27.8%. The correlation coefficient value of this study is 0.528 which means there is a positive and significant correlation.

Keywords: *Brand Ambassador*, *Brand Image* and OPPO Indonesia



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v-vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix-xi
DAFTAR TABEL	xii-xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1-8
1.1 Latar Belakang Masalah	1-5
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6-7
1.5 Kegunaan Penelitian	7-8
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	7-8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9-33
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9-12
2.2 Teori S-O-R.....	12-14
2.3 Konsep Pendukung	14-33
2.3.1 <i>Marketing Communication</i>	14-20
2.3.2 <i>Brand Equity</i>	20-24
2.3.3 <i>Brand Associations</i>	24-25
2.3.4 <i>Brand Ambassador</i>	25-28
2.3.5 <i>Brand Image</i>	28-33
2.4 Hipotesis Teoretis.....	33
2.5 Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34-51
3.1 Paradigma Penelitian	34-35
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian.....	35-36
3.4 Populasi dan Sampel.....	36-38
3.4.1 Populasi.....	36-38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Operasionalisasi Variabel	39-41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Data Primer	42
3.6.2 Data Sekunder	42
3.7 Teknik Pengukuran Data	43-46
3.7.1 Uji Validitas.....	43-45
3.7.2 Uji Reliabilitas	45-46
3.8 Teknik Analisis Data	46-50
3.8.1 Uji Normalitas	47-48
3.8.2 Uji Korelasi	48-49
3.8.3 Uji Regresi.....	49-50
3.9 Uji Hipotesis	50-51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52-86
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52-56
4.2 Hasil Penelitian	56-82
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56-57
4.2.2 Variabel <i>Brand Ambassador</i>	57-67
4.2.2.1 Dimensi <i>Truthworthiness</i>	58-59
4.2.2.2 Dimensi <i>Expertise</i>	59-63
4.2.2.3 Dimensi <i>Physical Attractiveness</i>	63-64
4.2.2.4 Dimensi <i>Respect</i>	64-66
4.2.2.5 Dimensi <i>Similarity</i>	66-67
4.2.3 Variabel <i>Brand Image</i>	68-76
4.2.2.1 Dimensi <i>Strength of Brand Associations</i>	68-71
4.2.2.2 Dimensi <i>Favorability of Brand</i>	

Associations.....	71-73
4.2.2.3 Dimensi <i>Uniqueness of Brand</i>	
Associations.....	73-76
4.2.4 <i>Mean</i> Butir Pernyataan	76-77
4.2.5 Uji Normalitas	77-79
4.2.6 Uji Regresi	80-81
4.2.7 Uji Hipotesis	81-82
4.3 Pembahasan	82-86
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	87-88
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran.....	87-88
5.2.1 Saran Praktis	87-88
5.2.2 Saran Akademis	88
DAFTAR PUSTAKA	89-91
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>) dan Variabel Y (<i>Brand Image</i>).....	40-41
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Independen (X).....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y).....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen (X)	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen (Y)	46
Tabel 3.6 Nilai Koefisien Korelasi	48-49
Tabel 4.1 Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4.2 Usia Responden	57
Tabel 4.3 Chelsea Islan menyampaikan informasi yang benar mengenai Oppo F9.....	58
Tabel 4.4 Chelsea Islan mampu meyakinkan saya akan kualitas Oppo F9.....	59
Tabel 4.5 Chelsea Islan memiliki pengetahuan yang luas seputar dunia <i>smartphone</i> (spesifikasi, dll).....	60
Tabel 4.6 Chelsea Islan memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai produk Oppo F9.....	61
Tabel 4.7 Chelsea Islan dapat menjelaskan informasi seputar Oppo F9 dengan jelas dan mudah dimengerti.....	62
Tabel 4.8 Chelsea Islan dapat menyampaikan pesan yang bersifat persuasif	62
Tabel 4.9 Chelsea Islan memiliki kepribadian yang menyenangkan.....	63
Tabel 4.10 Chelsea Islan memiliki penampilan fisik yang menarik.....	64
Tabel 4.11 Chelsea Islan merupakan sosok artis yang berprestasi	

dalam bidang akting.....	65
Tabel 4.12 Chelsea Islan sebagai <i>Founder</i> Seniman Muda Berkaya dan You of Indonesia merupakan sosok yang inspiratif	65
Tabel 4.13 Saya merasa ada keterhubungan dengan Chelsea Islan karena kesamaan usia dengan konsumen	66
Tabel 4.14 Saya merasa ada keterhubungan dengan Chelsea Islan karena kesamaan karakteristik.	67
Tabel 4.15 Oppo F9 menjawab kebutuhan konsumen yang gemar melakukan <i>selfie</i>	69
Tabel 4.16 Teknologi VOOC pada Oppo F9 menjawab kebutuhan konsumen yang sibuk dan banyak menggunakan smartphone dalam aktivitas sehari-hari	69
Tabel 4.17 Oppo Indonesia menanamkan pesan yang sama sejak awal, yaitu sebagai <i>selfie expert</i>	70
Tabel 4.18 Oppo F9 terasa ringan sehingga nyaman saat digenggam.....	71
Tabel 4.19 Oppo F9 dapat membantu konsumen untuk terus beraktivitas melalui <i>smartphone</i> dalam jangka lama.....	72
Tabel 4.20 Oppo F9 memiliki rasio layar 90,8% sehingga membantu penggunanya menikmati konten multimedia	72
Tabel 4.21 Oppo F9 merupakan <i>smartphone</i> yang memiliki teknologi kamera canggih dengan harga terjangkau	74
Tabel 4.22 Oppo F9 merupakan <i>smartphone</i> pertama yang mengembangkan teknologi VOOC pada <i>smartphone</i> kelas <i>mid-range</i>	74
Tabel 4.23 Oppo F9 memiliki model layar <i>waterdrop screen</i> yang belum digunakan oleh <i>brand smartphone</i> lainnya	73

Tabel 4.24 Oppo F9 merupakan <i>smartphone</i> yang memiliki teknologi kamera canggih dengan harga terjangkau.....	76
Tabel 4.25 <i>Mean</i> Setiap Butir Pernyataan.....	76-77
Tabel 4.26 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	78
Tabel 4.27 Tabel <i>Model Summary</i>	80
Tabel 4.28 Tabel Uji F.....	80
Tabel 4.29 Tabel Koefisien.....	81
Tabel 4.30 Tabel Koefisien.....	81
Tabel 4.31 Korelasi Antar Variabel.....	83
Tabel 4.32 Korelasi Antar Dimensi.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	13
Gambar 4.1 Grafik Saham Perusahaan <i>Smartphone</i> di Seluruh Dunia	52
Gambar 4.2 Presentase Saham Perusahaan <i>Smartphone</i> di Seluruh Dunia	53
Gambar 4.3 Produk Oppo F9	53
Gambar 4.4 Teknologi VOOC pada Oppo F9.....	54
Gambar 4.5 Teknologi VOOC pada Oppo F9.....	54
Gambar 4.6 Chelsea Islan dalam TVC Oppo F9.....	55
Gambar 4.7 Chelsea Islan dalam media periklanan Oppo F9	55
Gambar 4.8 Grafik Histogram	79
Gambar 4.9 Grafik P-Plot.....	79

