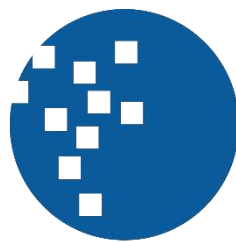


**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* NCT
DREAM TERHADAP BRAND IMAGE *MIE LEMONILO*
(SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @LEMONILO)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Maria Jocelyn Suhardi

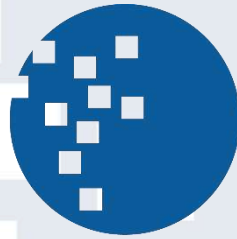
00000037688

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2023

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND* AMBASSADOR NCT
DREAM TERHADAP BRAND IMAGE *MIE* LEMONILO
(SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @LEMONILO)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Maria Jocelyn Suhardi

00000037688

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Jocelyn Suhardi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000037688

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* NCT Dream terhadap *Brand Image* Mie Lemonilo (Survei Pada Followers Instagram @Lemonilo)

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, <<Tanggal Sidang>>



(Maria Jocelyn Suhardi)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* NCT Dream terhadap *Brand Image* Mie Lemonilo (Survei Pada Followers Instagram @Lemonilo)

Oleh

Nama : Maria Jocelyn Suhardi

NIM : 00000037688

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 20 Desember 2023

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.kom., M.Comm.

NIDN 0317089201

Penguji



Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this
document
Location: Universitas Multimedia
Nusantara
Date: 2023-12-29 14:35+07:00

Calvin Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.

NIDN 0303056102

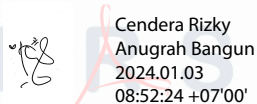
Pembimbing



Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0313088403

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.01.03
08:52:24 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Jocelyn Suhardi

NIM : 00000037688

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* NCT Dream terhadap *Brand Image* Mie Lemonilo (Survei Pada Followers Instagram @Lemonilo)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 8 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Maria Jocelyn Suhardi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dan selesainya penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* NCT Dream terhadap *Brand Image* Mie Lemonilo (Survei Pada Followers Instagram @Lemonilo)**“ di lakukan untuk memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Calvin Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., selaku penguji yang memberikan bimbingan dan arahan untuk perbaikan skripsi yang lebih baik.
6. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.kom., M.Comm., selaku ketua sidang yang telah memberikan arahan untuk perbaikan skripsi yang lebih baik.
7. Keluarga saya tercinta yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kedua teman saya yaitu Angela Nicole dan Regina Suhari yang telah membantu dan memberikan dukungan serta motivasi sejak awal penyusunan skripsi, juga mendengarkan keluh kesah penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 8 Desember 2023



(Maria Jocelyn Suhardi)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND* AMBASSADOR NCT
DREAM TERHADAP BRAND IMAGE *MIE* LEMONILO
(SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @LEMONILO)**

(Maria Jocelyn Suhardi)

ABSTRAK

Korean Wave adalah fenomena penyebaran hiburan dan budaya Korea Selatan. di Indonesia, “gaya Korea” menjadi populer karena pengaruh dari Drama Korea dan bintang K-pop sejak awal penyebaran Korean Wave. Fenomena Korean wave membuat salah satu brand mie instan dari Indonesia, yaitu mie Lemonilo menggunakan sebuah grup Korea Selatan, yaitu NCT Dream sebagai brand ambassadornya. Mie lemonilo dikenal sebagai pelopor mie instan sehat yang menggunakan bahan-bahan organik, tanpa pewarna, tanpa pengawet, dan tanpa MSG serta bahan kimia berbahaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan brand ambassador NCT Dream terhadap *brand image* mie Lemonilo, dan mengetahui Seberapa besar pengaruh penggunaan brand ambassador NCT Dream terhadap *brand image* mie Lemonilo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik *non-probability sampling* yang melibatkan 215 responden, dan pengukuran data menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian didapatkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara brand ambassador NCT Dream terhadap *brand image* Lemonilo. Hal ini terbukti dari nilai signifikansi yang diperoleh dari uji regresi linier sederhana yang sebesar 0,001 yang jauh lebih kecil ketimbang 0,05, dan berdasarkan uji tersebut ditemukan nilai R Square sebesar 0,739 yang berarti terdapat pengaruh sebesar 73,9% terhadap *brand image* Lemonilo. Adapun, sebanyak 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Korean Wave, Lemonilo, NCT Dream, Brand Image, Brand Ambassador

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***THE INFLUENCE OF NCT DREAM BRAND AMBASSADOR ON
THE BRAND IMAGE OF MIE LEMONILO (SURVEY ON
INSTAGRAM FOLLOWERS @LEMONILO)***

(Maria Jocelyn Suhardi)

ABSTRACT (English)

The Korean Wave is a phenomenon that spreads South Korean entertainment and culture. In Indonesia, "Korean style" has become popular due to the influence of Korean dramas and K-pop stars since the beginning of the spread of the Korean Wave. The Korean wave phenomenon has made one instant noodle brand from Indonesia, namely Lemonilo noodles, use a South Korean group, namely NCT Dream, as its brand ambassador. Lemonilo noodles are known as a pioneer of healthy instant noodles that use organic ingredients, no coloring, no preservatives, and no MSG or dangerous chemicals. This research aims to determine the influence of the use of the NCT Dream brand ambassador on the brand image of Lemonilo noodles, and to find out how much influence the use of the NCT Dream brand ambassador has on the brand image of Lemonilo noodles. This research uses quantitative methods, with a non-probability sampling technique involving 215 respondents, and data measurement using SPSS 26. The research results show that there is a significant influence between the NCT Dream brand ambassador on the Lemonilo brand image. This is evident from the significance value obtained from the simple linear regression test, which is 0.001, much smaller than 0.05, and based on this test, R Square value of 0.739 is found, which means there is an influence of 73.9% on the Lemonilo brand image. Meanwhile, as much as 26.1% was influenced by other factors not discussed in this research.

Keywords: *Korean Wave, Lemonilo, NCT Dream, Brand Image, Brand Ambassador*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori dan Konsep	16
2.3 Hipotesis Teoritis	21
2.4 Alur Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	25

3.4	Operasionalisasi Variabel	26
3.4.1	Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	26
3.4.2	Variabel Y (<i>Brand Image</i>)	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1	Data Primer	32
3.5.2	Data Sekunder	33
3.6	Tenik Pengukuran Data	33
3.6.1	Uji Validitas	34
3.6.1.1	Uji Validitas Variabel X	35
3.6.1.2	Uji Validitas Variabel Y	35
3.6.2	Uji Reabilitas	36
3.6.2.1	Uji Reabilitas Variabel X	37
3.6.2.2	Uji Reabilitas Variabel Y	37
3.7	Teknik Analisis data	37
3.7.1	Uji Normalitas	38
3.7.2	Uji Korelasi	38
3.7.3	Uji Regresi	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	40
4.1.1	Objek Penelitian	40
4.1.2	Subjek Penelitian	41
4.1.2.1	Pengikut Akun Instagram @Lemonilo	41
4.1.2.2	Mengonsumsi Mie Lemonilo x NCT Dream	42
4.1.2.3	Melihat Konten Promosi Lemonilo x NCT Dream di Instagram 42	
4.1.2.4	Usia	42
4.1.2.5	Penggemar NCT Dream	43
4.1.2.6	Durasi Menggemari NCT Dream	43
4.1.2.7	Frekuensi Makan Mie Instan	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	45
4.2.1.1	Visibility atau Kepopuleran	46

4.2.1.2	<i>Credibility</i> atau kredibilitas	47
4.2.1.3	<i>Attraction</i> atau Daya Tarik.....	48
4.2.2	Variabel Y (<i>Brand Image</i>)	51
4.2.2.1	Kekuatan asosiasi merek	51
4.2.2.2	Keunggulan asosiasi merek	53
4.2.2.3	Keunikan asosiasi merek	54
4.2.3	Uji Normalitas	55
4.2.4	Uji Korelasi.....	57
4.2.5	Uji Regresi Linear Sederhana	58
4.3	Pembahasan	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3	Saran.....	68
5.3.1	Saran Akademis	68
5.3.2	Saran Akademis	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		74

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel X.....	28
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Y.....	31
Tabel 3. 3 Skala Likert	33
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X	35
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y	35
Tabel 3. 6 Indikator Reabilitas	36
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel X	37
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabel Variabel Y	37
Tabel 3. 9 Indikasi Uji Normalitas	38
Tabel 3. 10 Nilai Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4. 1 Responden Mengikuti Instagram Lemonilo.....	41
Tabel 4. 2 Responden yang Mengonsumsi Mie lemonilo x NCT Dream.....	42
Tabel 4. 3 Responden yang Melihat Konten Promosi Lemonilo x NCT Dream di Instagram.....	42
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 5 Responden yang Merupakan Penggemar NCT Dream	43
Tabel 4. 6 Durasi Responden Sebagai Penggemar NCT Dream.....	43
Tabel 4. 7 Frekuensi Responden Makan Mie Instan.....	44
Tabel 4. 8 Dimensi Visibility atau Kepopuleran.....	46
Tabel 4. 9 Dimensi Credibility atau Kredibilitas	47
Tabel 4. 10 Dimensi Attraction atau Daya Tarik	48
Tabel 4. 11 Dimensi Kekuatan Asosiasi Merek.....	51
Tabel 4. 12 Dimensi Keunggulan Asosiasi Merek.....	53
Tabel 4. 13 Dimensi Keunikan Asosiasi Merek.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel X.....	28
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Y.....	31
Tabel 3. 3 Skala Likert	33
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X	35
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y	35
Tabel 3. 6 Indikator Reabilitas	36
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel X	37
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabel Variabel Y	37
Tabel 3. 9 Indikasi Uji Normalitas	38
Tabel 3. 10 Nilai Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4. 1 Responden Mengikuti Instagram Lemonilo.....	41
Tabel 4. 2 Responden yang Mengonsumsi Mie lemonilo x NCT Dream.....	42
Tabel 4. 3 Responden yang Melihat Konten Promosi Lemonilo x NCT Dream di Instagram.....	42
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 5 Responden yang Merupakan Penggemar NCT Dream	43
Tabel 4. 6 Durasi Responden Sebagai Penggemar NCT Dream.....	43
Tabel 4. 7 Dimensi Visibility atau Kepopuleran.....	45
Tabel 4. 8 Dimensi Credibility atau Kredibilitas	46
Tabel 4. 9 Dimensi Attraction atau Daya Tarik	47
Tabel 4. 10 Dimensi Kekuatan Asosiasi Merek.....	50
Tabel 4. 11 Dimensi Keunggulan Asosiasi Merek.....	52
Tabel 4. 12 Dimensi Keunikan Asosiasi Merek.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Formulir Konsultasi	74
Lampiran 2 - Google Form	76
Lampiran 3 - Penyebaran Kuesioner.....	80
Lampiran 4 – Data Google Sheet	83
Lampiran 5 – Hasil Data SPSS	86
Lampiran 6 – Hasil Uji Turnitin	89
Lampiran 7 – Curriculum Vitae	90

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA