

**PERBEDAAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP  
CITRA MEREK RAFFLES COLLEGE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**TESIS**

**HILDEGARD NATASHA CALLISTA ROHO**

**00000069686**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERBEDAAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP  
CITRA MEREK RAFFLES COLLEGE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Magister Ilmu Komunikasi

**HILDEGARD NATASHA CALLISTA ROHO**

**0000069686**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Hildegard Natasha Callista Roho

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069686

Program studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis dengan judul : **Perbedaan Kredibilitas *Influencer* Terhadap Citra Merek Raffles College**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain. Serta semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari saya terbukti melakukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan tesis maupun dalam penulisan laporan tesis, maka saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS dalam sidang ujian tesis yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Januari 2024



Hildegard Natasha Callista Roho

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul  
**Perbedaan Kredibilitas *Influencer* Terhadap Citra Merek Raffles College**


Oleh:

Nama : Hildegard Natasha Callista Roho  
NIM : 00000069686  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 06 Januari 2024  
Pukul 16.00 s.d 18.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut:


Ketua Sidang,

  
Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si  
NIDN. 0320077401

Penguji Ahli,

  
Dr. Rony Agustino Siahaan, M.Si  
NIDN. 0309087205


Pembimbing I,

  
Dr. Endah Murwani, M.Si  
NIDN. 0327066402

Pembimbing II,

  
Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si  
NIDN. 0313088403

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi,

  
Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si  
NIDN. 0313088403

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hildegard Natasha Callista Roho  
NIM : 00000069686  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : \*Tesis/~~Skripsi/Tugas Akhir~~

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 **Perbedaan Kredibilitas Influencer terhadap Citra Merek Raffles College**.

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 mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 4 Januari 2023

Yang menyatakan,



Hildegard Natasha Callista Roho

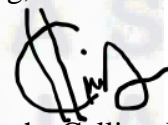
## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan judul "Perbedaan Kredibilitas Influencer terhadap Citra Merek Raffles College". Dalam penyusunan Tesis ini, penulis menyadari bahwa proses ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Handoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Dr. Endah Murwani.M.Si., sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Rony Agustino Siahaan, M.Si sebagai Penguji Ahli yang telah memberikan saran-saran perbaikan.
6. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si sebagai Ketua Sidang Tesis yang telah memberikan saran -saran perbaikan.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Tangerang, 6 Januari 2024



Hildegard Natasha Callista Roh

# Perbedaan Kredibilitas *Influencer* terhadap Citra Merek Raffles College

Oleh : Hildegard Natasha Callista Roho

## ABSTRAK

*Influencer* menjadi salah satu strategi penting untuk mempromosikan suatu produk, jasa ataupun promosi lainnya. Raffles College menggunakan 3 *influencer* Jerome Polin, Captain Vincent dan Nikita Kusuma untuk mengkampanyekan produk dari Raffles College. Berdasarkan hasil interview dalam memilih *influencer*, mereka memiliki kriteria yang berbeda dengan yang lainnya. Tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan kredibilitas ketiga *influencer* terhadap citra merek Raffles College. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif dan menggunakan metode pre-eksperimental *design*. Partisipan yang diambil sejumlah 100 orang sesuai dengan kriteria yaitu bermain media sosial lebih dari 2 jam. Partisipan akan diberikan video konten Raffles College dan menjawab kuesioner. Dilakukan pengujian Uji T untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kredibilitas *influencer* terhadap citra merek. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara deskriptif didapatkan masing-masing *influencer* memiliki keunggulan yang seimbang dan menurut partisipan, Jerome Polin memiliki kredibilitas tertinggi dibanding *influencer* yang lain. Berdasarkan analisa inferensial yaitu Uji T, hipotesis H<sub>0</sub> ditolak yang berarti ada perbedaan kredibilitas ketiga terhadap citra merek Raffles College.

**Kata kunci:** Kredibilitas, *Influencer*, Citra Merek, Pre-eksperimental *design*



## ***Difference Credibility Influencers to Image Brand Raffles College***

By : Hildegard Natasha Callista Roho

### ***ABSTRACT***

*Influencers are an important strategy for promoting something products, services or other promotions. Raffles College uses 3 influencers Jerome Polin, Captain Vincent And Nikita Kusuma For campaign product of Raffles College. Raffles College based on interview results in selecting influencers , they have different criteria with Which other. Objective study For know difference the credibility of the three influencers on the Raffles College brand image. Types of research Which used is quantitative. Study This use approach quantitative which is explanatory and uses pre-experimental methods design . Participants were taken as many as 100 people according to the criteria, namely playing social media for more than 2 hours. Participants will be provided with video content Raffles College And answer questionnaire. Done testing Test Q For find out whether there is a difference in influencer credibility on brand image. The research results show that descriptively, each is obtained influencers have a balanced advantage and according to participants, Jerome Polin has the highest credibility compared to other influencers . Based on inferential analysis, namely the T test , the hypothesis H0 is rejected, which means there is a difference credibility third influencers against image brand Raffles College.*

***Keyword : Credibility, Influencers , Brand Image, Pre-experimental design***



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA KONSEP.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Teori atau Konsep yang digunakan .....	14
2.2.1 Credibility .....	14
2.2.2 Pengertian Celebrity Endorser atau Influencer.....	16
2.2.3 Faktor Pemilih Endorser .....	16
2.2.4 Peran Celebrity Endorser .....	17
2.2.5 Citra Merek .....	18
2.2.6 Komponen Citra Merek.....	19
2.2.7 Faktor-Faktor Yang Membentuk Brand Image.....	19
2.2.8 Indikator Citra Merek.....	20
2.2.9 Media Sosial Effect.....	21

2.3	Kerangka Pemikiran .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>23</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	23
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	23
3.3	Metode Penelitian.....	24
3.4	Populasi dan Sampel .....	25
3.5	Instrumen Penelitian.....	26
3.6	Variabel Penelitian .....	26
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.8	Keabsahan Data.....	29
3.9	Teknik Analisis Data.....	31
3.10	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
4.1	Objek dan Subjek Penelitian .....	35
4.1.1	Objek Penelitian .....	35
4.1.2	Subjek Penelitian.....	35
4.2	Hasil Penelitian .....	38
4.3	Uji Hipotesis.....	41
4.4	Pembahasan.....	42
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>46</b>
5.1	Simpulan .....	49
5.2	Saran.....	46
5.2.1	Saran Akademis.....	46
5.2.2	Saran Praktis.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>48</b>
<b>Lampiran .....</b>		<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Design Penelitian The One-shot case study .....	25
Tabel 3.2 Variabel Kredibilitas Influencer .....	26
Tabel 3.3 Variabel Citra Merek .....	27
Tabel 3.4 Detail responden pria dan wanita setiap sekolah.....	30
Tabel 3.5 Uji Validitas dan Reabilitas (Citra Merek Raffles College).....	33
Tabel 3.6 Uji Validitas dan Reabilitas Credibility Influencer .....	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	38
Tabel 4.2 Nilai Rata-Rata Dimensi Influencer .....	38
Tabel 4.3 Nilai Indikator Trustworthy.....	39
Tabel 4.4 Nilai Indikator Ekspertise.....	40
Tabel 4.5 Nilai Indikator Attractiveness.....	40
Tabel 4.6 Nilai Citra Merek Raffles College .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Raffles College.....	3
Gambar 1.2 Instagram UPH.....	4
Gambar 1.3 Instagram Binus .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Foto Konten Video Jerome Polin.....	36
Gambar 4.2 Foto Konten Video Captain Vincent.....	37
Gambar 4.3 Foto Konten Nikita Kusuma .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Consent Form.....	51
Lampiran 2 Post Test Form .....	53
Lampiran 3 Transkrip Video Jerome.....	60
Lampiran 4 Transkrip Video Captain Vincent .....	61
Lampiran 5 Transkrip Video Nikita Kusuma .....	62
Lampiran 6 Data Hasil kuesioner .....	63
Lampiran 7 Uji validitas dan reabilitas Y ( Raffles College).....	67
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reabilitas X (Influence.....	68
Lampiran 9 Uji T.....	69
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian .....	70
Lampiran 11 Penelitian Terdahulu.....	71
Lampiran 12 Hasil Uji Turnitin.....	82