

ABSTRAK

Christine Nathania Budianto

Skripsi

Efektivitas penggunaan brand ambassador Beby Tsabina dalam brand Barenbliss pada generasi Z di Indonesia

Barenbliss merupakan merek kosmetik asal Korea Selatan yang memiliki target pasar anak muda. Barenbliss sebagai *brand* yang ingin mendukung talenta lokal Indonesia, menggunakan artis-artis Indonesia sebagai *brand ambassador*-nya, salah satunya adalah Beby Tsabina. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh apa efektivitas penggunaan *brand ambassador* Beby Tsabina dalam *brand* Barenbliss pada generasi Z di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei online. Jumlah responden yang berhasil diperoleh dan diolah datanya sebanyak 100 responden dengan menggunakan skala likert. Responden penelitian adalah generasi Z yang pernah melihat konten atau iklan Beby Tsabina sebagai *brand ambassador* Barenbliss selama bulan April-Juni 2024. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *brand ambassador* Beby Tsabina dalam *brand* Barenbliss terbukti efektif dengan melihat indikator pada VisCAP. Hasil penelitian menunjukkan indikator yang paling efektif adalah *Power*. Responden menjawab bahwa Beby Tsabina sebagai *brand ambassador* memiliki kemampuan untuk mempersuasi audiens mengenai Barenbliss. Keseluruhan rata-rata VisCAP berada diatas 3.00, yaitu 4.14, sehingga dapat dikatakan penggunaan Beby Tsabina sebagai *brand ambassador* Barenbliss efektif. Hasil penelitian juga menunjukkan jika laki-laki merespon tinggi *credibility* dan *power*, sementara perempuan menunjukkan respons yang lebih tinggi pada indikator *power*.

Kata kunci: efektivitas, *brand ambassador*, viscap, generasi Z Indonesia

ABSTRACT

Christine Nathania Budianto

Undergraduate Thesis

Effectiveness of using Beby Tsabina as a brand ambassador for Barenbliss on generation Z in Indonesia

Barenbliss is a South Korean cosmetic brand targeting young people. As a brand that aims to support local Indonesian talent, Barenbliss uses Indonesian artists as brand ambassadors, one of whom is Beby Tsabina. This study aims to determine the effectiveness of using Beby Tsabina as a brand ambassador for Barenbliss among generation Z in Indonesia. This research is quantitative, using an online survey method. The number of respondents whose data was successfully collected and processed was 100, using a Likert scale. The respondents are Generation Z who have seen content or advertisements featuring Beby Tsabina as the brand ambassador for Barenbliss during April-June 2024. The results of the study show that the use of Beby Tsabina as a brand ambassador for Barenbliss is proven to be effective based on the VisCAP indicators. The most effective indicator is Power. Respondents indicated that Beby Tsabina, as a brand ambassador, has the ability to persuade the audience about Barenbliss. The overall average VisCAP score is above 3.00, specifically 4.14, indicating that the use of Beby Tsabina as a brand ambassador for Barenbliss is effective. The study also shows that males respond highly to credibility and power, while females show a higher response to the power indicator.

Keywords: effectiveness, brand ambassador, viscap, generation Z Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Batasan Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
2. LANDASAN TEORI	18
2.1 <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.1.1 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.2 <i>Marketing Communication</i>	21
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	22
2.3.1 Peran <i>Brand Ambassador</i>	24
2.4 Efektivitas <i>Brand Ambassador</i>	24
2.4.1 Efektivitas <i>Brand Ambassador</i> dengan Teori VisCAP	26
2.5 Media Sosial	28
2.5.1 Karakteristik Media Sosial	29
2.5.2 Instagram.....	29
2.6 Nisbah Antar Konsep	30
2.7 Kerangka Pemikiran.....	31
3. METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Definisi Konseptual.....	32
3.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	32
3.2 Definisi Operasional	32
3.3 Jenis Penelitian.....	34
3.4 Metode Penelitian.....	35
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.6 Populasi dan Sampel	35
3.6.1 Populasi	35
3.6.2 Sampel.....	35

3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.7	Teknik Pengumpulan Data	37
3.8	Teknik Analisis Data.....	37
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.9.1	Uji Validitas.....	38
3.9.2	Uji Reliabilitas	39
4.	ANALISIS DATA	40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Singkat Barenbliss.....	40
4.1.2	Logo Barenbliss.....	41
4.1.3	Beby Tsabina	41
4.1.4	Beby Tsabina sebagai <i>Brand Ambassador</i> Barenbliss	42
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas	45
4.3	Temuan dan Analisis Data	45
4.3.1	Karakteristik Responden	45
4.3.2	Analisis Deskriptif.....	50
4.3.3	<i>Visibility</i>	51
4.3.4	<i>Credibility</i>	56
4.3.5	<i>Attraction</i>	60
4.3.6	<i>Power</i>	62
4.3.7	Total Nilai Rata-Rata Indikator VisCAP	67
4.3.8	<i>Crosstab</i>	72
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1`	Saran Akademis	82
5.2.2	Saran Praktis.....	82
5.3	Limitasi Studi	82
	DAFTAR PUSTAKA.....	83
	LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Barenbliss.....	4
Gambar 1. 2 Pengumuman Beby Tsabina sebagai Brand Ambassador Barenbliss	5
Gambar 1. 3 Banner Barenbliss dengan wajah Beby Tsabina	6
Gambar 1. 4 Popularitas Produk K-Beauty di Asia dan Oceania tahun 2022.....	7
Gambar 1. 5 Respon Netizen terhadap Pemilihan BA Lokal Barenbliss.....	8
Gambar 1. 6 Kolaborasi Brand Kosmetik Korea dengan Artis Indonesia	9
Gambar 1. 7 Media sosial yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Indonesia.....	11
Gambar 1. 8 Instagram <i>Brand Ambassador</i> Barenbliss.....	12
Gambar 1. 9 Top 5 Merek Lip Tint.....	13
Gambar 1. 10 Minat Beli Produk Makeup dan Skincare Berdasarkan Generasi di Indonesia	14
Gambar 4. 1 Logo Barenbliss.....	41
Gambar 4. 2 Konten <i>Sneak Peek</i> Beby Tsabina	43
Gambar 4. 3 Beby Tsabina dalam Event Your True Lips Revolution	43
Gambar 4. 4 Konten Barenbliss.....	53
Gambar 4. 5 Komentar Audiens	54
Gambar 4. 6 Beby Tsabina Menyampaikan Fakta Barenbliss	59
Gambar 4. 7 <i>Power</i> Beby Tsabina	65
Gambar 4. 8 <i>Power</i> Beby Tsabina	66
Gambar 4. 9 Peringkat Instagram Beby Tsabina	66
Gambar 4. 10 Konten Beby Tsabina di Instagram Barenbliss	69
Gambar 4. 11 Banner Barenbliss dengan Wajah Beby Tsbaina di Booth JakartaXBeauty	71
Gambar 4. 12 Review Positif Audiens	73
Gambar 4. 13 Kerja Sama Barenliss dengan Gabriel Phrince.....	74
Gambar 4. 14 Konten Informatif dari Beby Tsabina	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar <i>Brand Ambassador</i> Barenbliss.....	10
Tabel 2. 1 Model VisCAP sebagai panduan untuk menentukan karakteristik yang perlu diperhatikan dalam memilih <i>brand ambassador</i> sesuai dengan tujuan komunikasi.....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	32
Tabel 3. 2 Persentase Sampling.....	36
Tabel 4. 1 Uji Validitas	44
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 4 Usia Responden	47
Tabel 4. 5 Domisili Responden	47
Tabel 4. 6 Pengeluaran Responden.....	48
Tabel 4. 7 Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 4. 8 Nilai <i>Mean</i> dan Interval Indikator <i>Visibility</i>	51
Tabel 4. 9 Nilai <i>Mean</i> dan Interval Indikator <i>Credibility</i>	56
Tabel 4. 10 Nilai <i>Mean</i> dan Interval Indikator <i>Attraction</i>	60
Tabel 4. 11 Nilai <i>Mean</i> dan Interval Indikator <i>Power</i>	62
Tabel 4. 12 Total Nilai Rata-Rata Indikator VisCAP	67
Tabel 4. 13 Hasil <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Indikator VisCAP	72
Tabel 4. 14 Hasil <i>Crosstab</i> Usia dengan Indikator VisCAP	75
Tabel 4. 15 Hasil <i>Crosstab</i> Pendidikan Terakhir dengan Indikator VisCAP.....	77
Tabel 4. 16 Hasil <i>Crosstab</i> Pendapatan Perbulan dengan Indikator VisCAP	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Draft Kuesioner	91
Lampiran 2: Kuesioner.....	95
Lampiran 3: Jawaban Responden.....	98
Lampiran 4: Uji Validitas	102
Lampiran 5: Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 6: Mean	104
Lampiran 7: Crosstab Jenis Kelamin Laki-laki.....	106
Lampiran 8: Crosstab Jenis Kelamin Perempuan	107
Lampiran 9: Crosstab Usia 16-18 tahun	110
Lampiran 10: Crosstab Usia 19-21 tahun	112
Lampiran 11: Crosstab Usia 22-25 tahun	114
Lampiran 12: Crosstab Pendidikan Terakhir Kuliah	117
Lampiran 13: Crosstab Pendidikan Terakhir SMA.....	119
Lampiran 14: Crosstab Pendapatan Perbulan < Rp1.500.000.....	122
Lampiran 15: Crosstab Pendapatan Perbulan > Rp1.500.000 - Rp2.500.000	123
Lampiran 16: Crosstab Pendapatan Perbulan > Rp2.500.000 - Rp3.500.000	124
Lampiran 17: Crosstab Pendapatan Perbulan > Rp3.500.000.....	125