

ABSTRAK

Tirza Ivena:

Skripsi

Efektivitas JKT48 Sebagai Brand Ambassador Wafer Tango pada followers Instagram

@wafertango

Sektor wafer diprediksi masih memiliki daya saing yang tinggi di masa mendatang. Wafer Tango adalah salah satu brand pada sektor wafer yang terus aktif menjalin kerjasama dengan banyak pihak guna menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang brand-nya. Terkini, brand makanan ringan tersebut menggandeng JKT48 sebagai brand ambassador terbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas JKT48 sebagai brand ambassador Wafer Tango pada follower Instagram @wafertango. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yang dikumpulkan melalui survei kuesioner yang disebarkan kepada 100 followers akun instagram @wafertango. Analisis data menggunakan model VisCAP dengan empat indikator *visibility*, *credibility*, *attractiveness*, dan *power*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa JKT48 efektif sebagai *brand ambassador* Wafer Tango. Indikator tertinggi dalam aspek VisCAP adalah *attractiveness* dengan perolehan mean 4.51. Crosstab antara usia dengan indikator VisCAP menunjukkan indikator *visibility* dan *credibility* menjadi yang tertinggi pada rentang usia 25-29 tahun. Sementara crosstab antara domisili dengan indikator VisCAP menunjukkan indikator *credibility*, *attractiveness*, dan *power* tertinggi diperoleh domisili Jawa Barat.

Kata kunci:

efektivitas, brand ambassador, viscap, jkt48, instagram, wafer tango

ABSTRACT

Tirza Ivena

Undergraduate Thesis

The Effectiveness of JKT48 as Brand Ambassador for Wafer Tango on Instagram

Follower @wafertango

The wafer sector was predicted to still have high competitiveness in the future. Tango Wafer was one of the brands in the wafer sector that continued to actively collaborate with many parties to spread information and knowledge about its brand. Recently, the snack brand collaborated with JKT48 as its newest brand ambassador. This study aimed to determine the effectiveness of JKT48 as the brand ambassador for Tango Wafer among the Instagram followers of @wafertango. Using a descriptive quantitative method, data was collected through a questionnaire survey distributed to 100 followers of the @wafertango Instagram account. Data analysis used the VisCAP model with four indicators: visibility, credibility, attractiveness, and power. The results of this study showed that JKT48 was effective as the brand ambassador for Tango Wafer. The highest indicator in the VisCAP aspect was attractiveness, with a mean score of 4.51. A crosstab between age and VisCAP indicators showed that visibility and credibility indicators were the highest in the 25-29 age range. Meanwhile, a crosstab between domicile and VisCAP indicators showed that the highest credibility, attractiveness, and power indicators were obtained from West Java domicile.

Keywords:

effectiveness, brand ambassador, viscap, jkt48, instagram, wafer tango

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS...	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Batasan Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Marketing Public Relations (MPR).....	17
2.2 Brand.....	19
2.3 Brand Ambassador.....	20
2.4 Efektivitas.....	21
2.5 Model VisCAP.....	21
2.6 Media Sosial.....	22
2.6.1 Instagram.....	24
2.7 Nisbah Antar Konsep.....	25
2.8 Kerangka Pemikiran.....	27
3. METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Definisi Konseptual.....	28
3.1.1 Brand Ambassador.....	28
3.1.2 Efektivitas.....	28
3.2 Definisi Operasional.....	28
3.3 Jenis Penelitian.....	30

3.4 Metode Penelitian.....	30
3.5 Subjek dan objek penelitian.....	31
3.6 Populasi dan sampel.....	31
3.6.1 Populasi.....	31
3.6.2 Sampel.....	31
3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.8 Jenis Data.....	33
3.9 Teknik Pengumpulan data.....	33
3.10 Teknik Analisis Data.....	34
3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.11.1 Uji Validitas.....	36
3.11.2 Uji Reliabilitas.....	36
4. ANALISIS DATA.....	37
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah singkat Merek “Tango Wafer Renyah”	37
4.1.2 Logo Tango.....	38
4.1.3 JKT48.....	39
4.1.4 JKT48 Sebagai brand ambassador Wafer Tango.....	40
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.2.1 Uji Validitas.....	42
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.3 Pembahasan Distribusi Frekuensi Identitas Responden.....	44
4.4 Mean dan Interval.....	52
4.5 Analisis deskriptif.....	53
4.6 Analisis Jawaban Responden.....	53
4.6.1 Visibility.....	53
4.6.2 Credibility.....	55
4.6.3 Attractiveness.....	58
4.6.4 Power.....	62
4.8 Analisis Hasil VisCAP.....	64
4.9 Efektivitas JKT48 Sebagai Brand Ambassador Wafer Tango.....	65
4.10 Crosstab.....	69
4.10.1 Hasil uji crosstab usia dengan indikator VisCAP.....	69
4.10.2 Hasil uji crosstab wilayah dengan indikator VisCAP.....	72
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5. 1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Akademis.....	78
5.2.2 Saran Praktis.....	78
5.2.3 Limitasi Studi.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
Lampiran 1. Matriks kuesioner survey.....	87

Lampiran 2. Rancangan Kuesioner.....	89
Lampiran 3. Kuesioner dalam Google Form.....	93
Lampiran 4. Hasil Jawaban kuesioner 100 Responden.....	101
Lampiran 5. Hasil uji validitas melalui SPSS.....	109
Lampiran 6. Hasil uji reliabilitas melalui SPSS.....	110
Lampiran 7. Tabel distribusi identitas responden.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Prediksi Volume per kapita makanan ringan di Indonesia.....	16
Gambar 1.2:Penilaian subkategori Wafer dalam situs topbrand-award.com.....	17
Gambar 1.3 Rekor MURI ‘Wafer dengan Lapisan Terbanyak’ Wafer tango.....	19
Gambar 1.4 Cuplikan Iklan Tango X JKT48 ‘Layers Of Happiness’	19
Gambar 1.5 Cuplikan Iklan Tango X JKT48 ‘Layers Of Happiness’	20
Gambar 2.1 Hubungan Marketing dan Public relations.....	27
Gambar 4.2 JKT48.....	48
Gambar 4.3 ‘Sneak peek’ kolaborasi Tango X JKT48.....	50
Gambar 4.4 Hundreds of Happiness with JKT48.....	51
Gambar 4.5 The Nielsen’s Classification of the Indonesian socioeconomic segments.....	56
Gambar 4.5 JKT48 sebagai Brand Ambassador ‘Pocari Sweat’.....	65
Gambar 4.6 Fans JKT48 12 Kota Terbesar di Indonesia.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel: 3.1 Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 hasil uji validitas kepada 100 responden.....	55
Tabel 4.2 hasil uji reliabilitas pada 100 responden.....	55
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Gender.....	56
Tabel 4.4 usia responden.....	57
Tabel 4.5 pekerjaan responden.....	58
Tabel 4.6 pengeluaran per bulan responden.....	59
Tabel 4.7 Domisili (Provinsi).....	61
Tabel 4.8 Indikator <i>visibility</i>	64
Tabel 4.9 indikator <i>credibility</i>	66
Tabel 4.10 indikator <i>attractiveness</i>	69
Tabel 4.11 indikator <i>Power</i>	71
Tabel 4. 12 Hasil kalkulasi mean seluruh indikator VisCAP.....	74
Tabel 4.13 Hasil uji <i>crosstab</i> usia dengan indikator VisCAP.....	76
Tabel 4.14 Hasil uji <i>crosstab</i> 5 domisili dengan responden terbanyak dengan indikator VisCAP.....	77

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 kerangka pemikiran.....	45
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks kuesioner survey.....	91
Lampiran 2. Rancangan Kuesioner.....	93
Lampiran 3. Kuesioner dalam Google Form.....	97
Lampiran 4. Hasil Jawaban kuesioner 100 Responden.....	105
Lampiran 5. Hasil uji validitas melalui SPSS.....	113
Lampiran 6. Hasil uji reliabilitas melalui SPSS.....	114
Lampiran 7. Tabel distribusi identitas responden.....	115