

ABSTRAK

Andrew Christian

Skripsi

Efektivitas penggunaan *brand ambassador* Lionel Messi dalam *brand* AICE pada generasi Y dan Z kota Jawa Barat

AICE merupakan perusahaan yang memiliki *tagline* "HAVE AN AICE DAY" yang berasal dari Singapura. AICE sebagai *brand* yang berhasil menjadi merek pilihan dalam FIFA WORLD CUP 2022 silam. Sebagai *brand* yang cukup ternama, AICE memiliki tujuan yaitu menjadi merek yang populer. Usaha untuk mencapai tujuan itu adalah dengan menggunakan *Brand Ambassador* terkenal dari pemain sepak bola yaitu Lionel Messi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas dari seorang *Brand Ambassador* Lionel Messi dalam AICE. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner lalu disebar kepada 100 orang responden dengan menggunakan skala *likert*. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan *Brand Ambassador* Lionel Messi dalam *Brand* AICE terbukti efektif dengan melihat indikator pada model VisCAP. Penelitian ini membuktikan bahwa indikator yang paling efektif pada Lionel Messi adalah nilai Attraction

Kata Kunci: efektivitas, *brand ambassador*, teori VisCAP, produk makanan

ABSTRACT

Andrew Christian

Thesis

The effectiveness of using the brand ambassador Lionel Messi in the AICE brand in generations Y and Z in the city of West Java

AICE is a company that has the tagline "HAVE AN AICE DAY" originating from Singapore. AICE as a brand has succeeded in becoming the brand of choice in the 2022 FIFA WORLD CUP. As a well-known brand, AICE aims to become a popular brand. The effort to achieve this goal is to use the famous Brand Ambassador of a soccer player, namely Lionel Messi. This research was conducted to find out how effective the Brand Ambassador Lionel Messi is in AICE. This study used a survey method by collecting data through questionnaires and then distributing it to 100 respondents using a Likert scale. The result of this study is that the use of Brand Ambassador Lionel Messi in Brand AICE has proven to be effective by looking at the indicators on the VisCAP model. This research proves that the most effective indicator for Lionel Messi is the Attraction value

Keywords: effectiveness, brand ambassador, VisCAP theory, food products

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
1. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Batasan Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
2. LANDASAN TEORI	18
2.1 Marketing Public Relations	18
2.2 Marketing Communication	19
2.3 Brand Ambassador	19
2.4 Karakteristik Brand Ambassador	20
2.5 Merek atau <i>Brand</i>	24
2.6 Nisbah Antar Konsep	20
2.7 Kerangka Pemikiran.....	22
3. METODE PENELITIAN	24
3.1 Definisi Konseptual.....	26
3.1.1 Brand Ambassador	26
3.2 Definisi Operasional	26
3.3 Jenis Penelitian.....	29
3.4 Metode Penelitian.....	29
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	29

3.6	Populasi	29
3.6.1	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	31
3.9	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
3.9.1	Uji Validitas.....	32
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	33
4.	ANALISIS DATA	34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1	Sejarah Singkat AICE.....	34
4.1.2	Logo AICE.....	35
4.1.3	Lionel Messi.....	35
4.1.4	Lionel Messi sebagai Brand Ambassador AICE.....	36
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	37
4.2.1	Uji Validitas.....	37
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	38
4.3	Analisis Data	38
4.3.1	Karakteristik Responden	38
4.3.2	Analisis Deskriptif	43
4.3.2.1	Mean dan Interval	43
4.3.3	Visibility	43
4.3.4	<i>Credibility</i>	47
4.3.5	<i>Attraction</i>	49
4.3.6	<i>Power</i>	51
4.3.7	Total Nilai Rata-rata Indikator VisCAP	53
4.3.8	Crosstab.....	55
4.3.8.1	Hasil <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Indikator VisCAP.....	55
4.3.8.2	Hasil <i>Crosstab</i> Umur dengan Indikator VisCAP	56
5.	Kesimpulan dan Saran.....	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
5.2.1	Saran Akademis.....	59
5.2.2	Saran Praktis.....	59
5.3	Limitasi Studi	60

Daftar Pustaka	61
Lampiran.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Es Krim Di Indonesia	5
Gambar 1.2 Penghargaan yang diterima AICE	6
Gambar 1.3 3 Es krim favorit Indonesia	7
Gambar 1.4 Varian rasa aice	8
Gambar 1.5 Postingan AICE tentang Messi sebagai Brand Ambassador	9
Gambar 1.6 Postingan mengenai messi	9
Gambar 1.7 Promosi AICE Messi di berbagai media online maupun offline	10
Gambar 1.8 Berita mengenai AICE yang menggandeng Lionel Messi	10
Gambar 1.9 Instagram lionel messi dan mbappe	11
Gambar 1.10 Tiara Andini sebagai BA Campina.....	12
Gambar 1.11 Grafik Mengenai penggemar sepak bola di seluruh dunia	13
Gambar 4.1 Logo Brand AICE	31
Gambar 4.2: Lionel Messi.....	31
Gambar 4.3 : Postingan Facebook AICE	32
Gambar 4.4: Banner Messi Official Ambassador	32
Gambar 4.5: Pop Up Banner Messi	33
Gambar 4.6: Gambar bungkus es krim Lionel Messi	42
Gambar 4.7 Produk es krim Lionel Messi	44
Gambar 4.8 Daya tarik pembeli	48
Gambar 4.9 Lionel Messi di tiktok	49
Gambar 4.10 Instagram Lionel Messi	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	24
Tabel 4.1 Uji Validitas	33
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	35
Tabel 4.4 Usia Responden	35
Tabel 4.5 Domisil Responden	36
Tabel 4.7 Pendidikan terakhir responden	38
Tabel 4.9 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Interval</i> Indikator <i>Visibility</i>	39
Tabel 4.10 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Interval</i> Indikator <i>Credibility</i>	42
Tabel 4.11 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Interval</i> Indikator <i>Attraction</i>	45
Tabel 4.12 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Interval</i> Indikator <i>Power</i>	46
Tabel 4.13 Total Nilai Rata-Rata Indikator VisCAP	47
Tabel 4.14 Hasil <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Indikator VisCAP	50
Tabel 4.15 Hasil <i>Crosstab</i> Umur dengan Indikator VisCAP.....	50