

ABSTRAK

Jeszieca Rimaintan Budi Utomo :

Skripsi

Efektivitas penggunaan brand ambassador Nicholas Saputra untuk brand Skintific pada masyarakat di Jawa Timur

Skintific merupakan *brand* asal Kanada didirikan oleh Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke pada tahun 1957 di Kanada dan berkantor pusat di Oslo, Norwegia, namun berada dibawah lisensi PT. May Sun Yvan China yang di produksi di China dan didistributorkan ke Indonesia. Skintific sebagai *brand* yang cukup ternama ingin mencapai tujuan yaitu dengan menggunakan Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas dari seorang *brand ambassador* Nicholas Saputra dalam mempromosikan *brand* Skintific. Penelitian ini menggunakan *online Survey* yang akan disebarakan kepada 100 responden dengan skala *likert*. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah *brand ambassador* Nicholas Saputra terbukti efektif dalam mempromosikan *brand* Skintific dengan melihat nilai-nilai pada model VisCAP (kepopuleran, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan). Penelitian ini menunjukan bahwa indikator VisCAP yang paling efektif pada *brand ambassador* Nicholas Saputra adalah Kepopuleran dan daya tarik.

Kata Kunci: efektivitas, *brand ambassador*, model viscap, produk kecantikan

ABSTRAK

Jeszieca Rimaintan Budi Utomo

Thesis

The effectiveness of using Nicholas Saputra's brand ambassador for Skintific brands at people in East Java

Skintific is a Canadian brand founded by Kristen Tveit and Ann-Kristin Stokke in 1957 in Canada and headquartered in Oslo, Norway, but is licensed by PT. May Sun Yvan China which is produced in China and distributed to Indonesia. Skintific as a well-known brand wants to achieve its goal, namely by using Nicholas Saputra as a Brand Ambassador. This research was conducted to find out how effective a brand ambassador Nicholas Saputra is in promoting the Skintific brand. This study uses an online survey that will be distributed to 100 respondents on a Likert scale. This research method uses quantitative descriptive. The result of this study is that brand ambassador Nicholas Saputra has proven to be effective in promoting the Skintific brand by looking at the values in the VisCAP model (popularity, credibility, attractiveness, and strength). This research shows that the most effective indicators of VisCAP for brand ambassador Nicholas Saputra are popularity and attractiveness.

Keywords: effectiveness, brand ambassador, viscap model, beauty products

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.1.1 Manfaat Akademis.....	19
1.1.2 Manfaat Praktis	20
1.5 Batasan Penelitian	20
1.6 Sistematika Penelitian	20
2. LANDASAN TEORI	22
2.1 Marketing Public Relations.....	22
2.2 Merek atau <i>brand</i>	23
2.3 <i>Branding</i>	25
2.4 Brand ambassador.....	25
2.4.1 Efektivitas	27
2.4.2 Efektivitas <i>brand ambassador</i> dengan model viscap.....	28
2.5 Produk Kecantikan/kosmetik.....	30
2.6 Iklan	30
2.7 Sosial Media	31
2.8 Nisbah Antar Konsep	32
2.9 Kerangka Pemikiran.....	34
3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Definisi Konseptual.....	35
3.1.1 Brand Ambassador	35
3.2 Definisi Operasional	35
3.3 Jenis Penelitian	38
3.4 Metode Penelitian.....	38

3.5	Subjek dan objek penelitian	38
3.6	Populasi dan Sampel	38
3.6.1	Populasi	38
3.6.2	Sampel	39
3.7	Teknik pengambilan Sampel	40
3.8	Jenis Data	40
3.9	Teknik Pengumpulan Data	40
3.10	Teknik Analisis Data	41
3.11	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.11.1	Uji Validitas	42
3.11.2	Reliabilitas	43
3.12	Teknik Pengolahan Data	44
3.12.1	Skala Pengukuran	44
4.	ANALISIS DATA	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Tentang Skintific Indonesia	45
4.1.2	Visi dan misi Brand Skintific	47
4.1.3	Profile Nicholas Saputra	47
4.1.4	Nicholas Saputra sebagai Brand Skintific	49
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.1	Uji Validitas	51
4.2.2	Uji Reliabilitas	52
4.3	Analisis Karakteristik Responden	52
4.3.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	56
4.3.3	Identitas Responden Berdasarkan Domisili	57
4.3.5	Identitas Responden Berdasarkan Kategori pengguna produk	59
4.4	Analisis Hasil Jawaban Responden	59
4.4.1	Mean dan Interval	60
4.4.2	<i>Visibility</i>	62
4.4.3	<i>Credibility</i>	72
4.4.5	<i>Power</i>	94
4.4.6	Efektivitas Nicholas Saputra sebagai <i>Brand Ambassador</i> Skintific	101
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1.	Kesimpulan	112
5.2	Saran	113

5.2.1.	Saran Akademis	113
5.2.2.	Saran Praktis.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....		115
Lampiran.....		123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan industri kecantikan.....	3
Gambar 1. 2 Logo brand Skintific	4
Gambar 1. 3 Produk Skintific.....	4
Gambar 1. 4 Penghargaan yang di raih oleh Skintific	5
Gambar 1. 5 Artikel beauty haul	8
Gambar 1. 6 Chat dengan Customer service @skintificid.....	8
Gambar 1. 7 Postingan pertama mengenai Nicholas sebagai Brand ambassador	9
Gambar 1. 8 Postingan kedua Reels mengenai Nicholas Saputra.....	10
Gambar 1. 9 Postingan ketiga Feed mengenai Nicholas Saputra	10
Gambar 1. 10 Tiktok dan Nicholas Saputra	11
Gambar 1. 11 Youtube dan Nicholas Saputra	11
Gambar 1. 12 Media sosial untuk mencari informasi produk kecantikan.....	15
Gambar 1. 13 Kepopuleran Nicholas Saputra dalam Film	15
Gambar 1. 14 Google trend produk kecantikan Skintific	17
Gambar 4 1 Logo Skintific Sumber: Skintific.com.....	46
Gambar 4 2 Postingan Instagram Nicholas Saputra sebagai BA	49
Gambar 4 3 Chat dengan Customer service @skintificid.....	49
Gambar 4 4 Komentar positif Nicholas Saputra menjadi BA Skintific.....	50
Gambar 4 5 Reaksi Tiktok	50
Gambar 4.6 Komentar Positif Tiktok @skintific_id Sumber: Tiktok.com/skintific_id.....	54
Gambar 4.7 Komentar positif Instagram @skintificid.....	54
Gambar 4.8 Komentar Positif di X @nicsap Sumber: twitter.com/nicsap.....	54
Gambar 4.9 Identitas Responden berdasarkan yang melihat.....	58
Gambar 4.10 Identitas Responden berdasarkan pengguna.....	59
Gambar 4.11 penghargaan Nicholas Saputra dalam film	68
Gambar 4.12 Film Nicholas Saputra 2022 dan 2024 Sumber: Google.com	69
Gambar 4.13 Nicholas Saputra menjadi model video Klip Sumber: Youtube.com.....	70
Gambar 4.14 Media sosial Instagram @Nicholas Saputra dan Media sosial X @nicsap	71
Gambar 4.15 Wawancara sisi lain Nicholas Saputra	77
Gambar 4.16 Postingan Skintific pada official account Skintificid	77

Gambar 4.17 dan postingan Nicholas pada akun X @nicsap	78
Gambar 4.18 komentar kepercayaan khalayak terhadap produk	78
Gambar 4.19 Pengalaman Nicholas membintangi produk kecantikan	79
Gambar 4.20 Jumlah like dan komentar unggahan Skintific dengan wajah Nicholas Saputra	80
Gambar 4.21 Komentar khalayak.....	85
Gambar 4.22 Dave Handrik bersama Nicholas Saputra	86
Gambar 4.23 Komentar khalayak.....	86
Gambar 4.24 Nicholas Saputra dalam Film Ada Apa Dengan Cinta	87
Gambar 4.25 Nicholas Saputra dalam film Aruna dan Lidahnya	88
Gambar 4.26 Nicholas Saputra dalam film Motel Acacia.....	88
Gambar 4 27 Daya tarik pria menurut wanita	90
Gambar 4.28 Sosok Nicholas Saputra terlihat berkarisma pada media sosial X @nicsap	90
Gambar 4.29 Nicholas Saputra terlihat berwibawa saat bermain film sayap-sayap patah.....	91
Gambar 4.30 Wawancara dengan Kapanlagi.com	93
Gambar 4.31 Nicholas Saputra pada channel Harper’s Bazaar Indonesia	93
Gambar 4.32 Penghargaan Nicholas sebagai “Gentleman of year” oleh Daman Magazine	97
Gambar 4.33 Nicholas Saputra menjadi Duta UNICEF	98
Gambar 4.34 jumlah followers dan jumlah like dan comments	99
Gambar 4.35 Unggahan masyarakat di media sosial yang mendorong.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah penduduk jawa timur.....	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Merek Impor Perawatan kulit terpopuler di Indoensia April 2023.....	45
Tabel 4.2 Nilai kesediaan Kosmetik dan produk perawatan	45
Tabel 4.3 Uji Validitas Brand ambassador.....	51
Tabel 4 4: Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador	52
Tabel 4 5 Jenis Kelamin responden	53
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan usia	56
Tabel 4.7 Domisili Responden	57
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Indikator visibility.....	62
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan Pernyataan 1 Visibility	64
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan Pernyataan 2 visibility	64
Tabel 4.11 Film yang dibintangi Nicholas Saputra beserta jumlah penonton	66
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Visibility Nicholas Saputra dalam Model VisCAP	72
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan credibility.....	74
Tabel 4 14 Distribusi Frekuensi Indikator Attraction dalam model VisCAP	82
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan Attraction	84
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan Attraction	84
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Catatan Tambahan power untuk pernyataan pertama	95

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir	34
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Variabel Penelitian	123
Lampiran 2 Kuesioner Pernyataan pada google form.....	125
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	137
Lampiran 4 Crosstab.....	138
Lampiran 5 Mean Interval	139