



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERKAIT *IDOL KOREA*  
MENJADI *BRAND AMBASSADOR SCARLETT WHITENING*  
DI INSTAGRAM**

**LAPORAN SKRIPSI**

**Melati Suci**

**UNIVERSITAS** 44519010001  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI DIGITAL COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melati Suci  
NIM : 44519010001  
Program Studi : *Digital Communication*  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Idol* Korea  
Menjadi *Brand Ambassador Scarlett Whitening* di  
Instagram

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 13 Maret 2023



Melati Suci

UNIVERSITA  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Melati Suci  
NIM : 44519010001  
Program Studi : *Digital Communication*  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Idol* Korea  
Menjadi *Brand Ambassador Scarlett Whitening* di  
Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagaian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Digital Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Rahmadya Putra Nugraha, S.Sos, M.Si (  )  
NIDN : 0315038501  
Ketua Penguji : Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom (  )  
NIDN : 0302066903  
Penguji Ahli : Rika Jessica Rahma, M.Ikom (  )  
NIDN : 0314057804

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

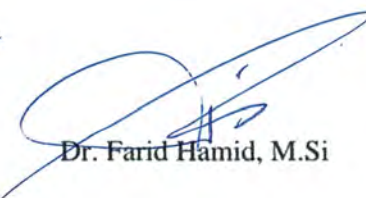
Jakarta, 13 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

  
Dr. Farid Hamid, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “**Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Idol Korea Menjadi Brand Ambassador Scarlett Whitening di Instagram***” Tugas Akhir Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) pada program studi *Digital Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Rahmadya Putra Nugraha, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, waktu, dukungan, ilmu pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis selama penyusunan tugas akhir skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Irmulansati T, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi

6. Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, dukungan, nasihat serta saran kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.
7. Mardhiyyah, M.Ikom selaku Dosen Pengampu mata kuliah Tugas Akhir.
8. Dr. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, saran, serta masukan pada awal penyusunan penelitian.
9. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya Dosen Bidang Studi *Digital Communication* yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
10. Teman-teman jurusan *Digital Communication* yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis yang tidak bisa dituliskan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari kesalahan maupun kekurangan akibat dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Maka penulis menerima segala bentuk saran, masukan, serta kritik yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki jika terdapat kesalahan. Penulis berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat membantu menambah wawasan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 13 Maret 2023

Peneliti,



Melati Suci

44519010001

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

### AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melati Suci  
NIM : 44519010001  
Program Studi : *Digital Communication*  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Idol* Korea Menjadi *Brand Ambassador Scarlett Whitening* di Instagram

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Maret 2023

Yang menyatakan,



Melati Suci

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	15
2.2.1 Komunikasi Digital .....	15
2.2.2 New Media .....	18
2.2.3 Media Sosial.....	20
2.2.4 Instagram .....	23
2.2.5 <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.2.5.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	25

2.2.5.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	26
2.2.5.3 Peranan <i>Brand Ambassador</i> .....	26
2.2.6 Idol Korea .....	27
2.2.6.1 Sejarah Perkembangan <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	28
2.2.6.2 Faktor Positif Perkembangan <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	29
2.2.6.3 Faktor Negatif Perkembangan <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	30
2.2.7 <i>KPopers</i> .....	31
2.2.8 Analisis Resepsi .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	36
3.1 Paradigma Penelitian .....	36
3.2 Tipe Penelitian .....	37
3.3 Metode Penelitian .....	38
3.4 Subjek Penelitian .....	39
3.5 Unit Analisis .....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6.1. Data Primer .....	42
3.6.2. Data Sekunder .....	43
3.7 Teknik Analisis Data .....	43
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN</b> .....	45
4.1 Gambar Umum Objek Perusahaan .....	45
4.1.1 Profil <i>Scarlett</i> .....	45
4.1.2 Jenis Produk <i>Scarlett Whitening</i> .....	47
4.1.3 Akun Instagram <i>@scarlett_whitening</i> .....	51
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1. Interpretasi Informan Mengenai Sejak Kapan Mengenal <i>K-Pop</i> dan Bagaimana Awalnya Bisa Mengenal <i>K-Pop</i> .....	53
4.2.2. Interpretasi Informan Mengenai Alasan Tertarik Dengan <i>K-Pop</i> .....	55
4.2.3. Interpretasi Informan Mengenai Siapa Aktor/Artis/ <i>Idol</i> Yang Disukai dan Alasan Mengapa Menyukai Aktor/Artis/ <i>Idol</i> Tersebut .....	57
4.2.4. Interpretasi Informan Mengenai Mengenai Perkembangan <i>K-Pop</i> Saat Ini .....	59



4.2.5. Interpretasi Informan Mengenai <i>Idol</i> Korea Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Produk Lokal .....	60
4.2.6. Interpretasi Informan Mengenai Hal Menarik pada Konten Instagram @scarlett_whitening .....	62
4.2.7. Interpretasi Informan Mengenai Kolaborasi <i>Scarlett</i> dengan <i>Song Joong Ki</i> dan <i>Twice</i> Sebagai <i>Brand Ambassador</i> .....	63
4.2.8. Interpretasi Informan Mengenai <i>Idol</i> Korea Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Merupakan Pilihan Yang Tepat .....	65
4.2.9. Interpretasi Informan Mengenai Kriteria <i>Brand Ambassador</i> Yang Berhasil Mewakili Suatu Produk .....	67
4.2.10. Interpretasi Informan Mengenai <i>Idol</i> Korea Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Dapat Menghambat Produk Lokal Lainnya .....	68
4.3 Pembahasan .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN</b> .....	85
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	87
5.2.1 Saran Akademik .....	87
5.2.2 Saran Praktis .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	88
<b>LAMPIRAN</b> .....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Deretan Skincare Lokal Dengan Brand Ambassador Selebritis/Idol Korea .....	2
Gambar 1.2	Song Joong Ki X Scarlett Whitening .....	4
Gambar 1.3	Twice X Scarlett Whitening .....	5
Gambar 2.1	Data Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia 2022 .....	21
Gambar 4.1	Logo <i>Scarlett</i> .....	43
Gambar 4.2	Felicya Angelista Owner <i>Scarlett</i> .....	46
Gambar 4.3	Rangkaian Perawatan Tubuh ( <i>Body Care</i> ) <i>Scarlett Whitening</i> .....	47
Gambar 4.4	Rangkaian <i>Skincare Scarlett Whitening (Brightly Series)</i> .....	48
Gambar 4.5	Rangkaian <i>Skincare Scarlett Whitening (Acne Series)</i> .....	49
Gambar 4.6	Rangkaian Perawatan Rambut ( <i>Hair Care</i> ) <i>Scarlett Whitening</i> .....	50
Gambar 4.7	Akun Instagram @scarlett_whitening .....	51
Gambar 4.8	<i>Feeds</i> Promo Instagram @scarlett_whitening .....	52
Gambar 4.9	<i>Feeds</i> Produk <i>Scarlett Whitening</i> .....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Kolaborasi Skincare Lokal Dengan Selebritis/Idol Korea .....	2
Tabel 2.1.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.4.1	Tabel Data Informan Penelitian.....	40
Tabel 3.5.1	Tabel Unit Analisis Data .....	41
Tabel 4.1.1	Tabel Jenis-jenis Produk <i>Scarlett</i> .....	50
Tabel 4.1.2	Tabel Dominan, Negosiasi dan Oposisi .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara .....	92
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Informan 1 .....	93
Lampiran 3	Transkrip Wawancara Informan 2 .....	95
Lampiran 4	Transkrip Wawancara Informan 3 .....	97
Lampiran 5	Transkrip Wawancara Informan 4 .....	100
Lampiran 6	Transkrip Wawancara Informan 5 .....	102
Lampiran 7	Dokumentasi Wawancara .....	105
Lampiran 8	Dokumentasi Bukti Followers .....	107
Lampiran 8	Curriculum Vitae .....	110



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA