



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR BTS TERHADAP
CITRA TOKOPEDIA BAGI GENERASI Z DI JAKARTA
BARAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH

Raisa Amara

44219010149

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raisa Amara

NIM : 44219010149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BTS terhadap Citra Tokopedia bagi Generasi Z di Jakarta Barat

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, 27 Juli 2023



Raisa Amara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Raisa Amara

NIM : 44219010149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BTS terhadap Citra Tokopedia bagi Generasi Z di Jakarta Barat

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


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si ()

NIDN : 0311036703

Ketua Penguji : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()

NIDN : 0306018903

Penguji Ahli : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si ()

NIDN : 0316026801

UNIVERSITAS

Jakarta, 27 Juli 2023


MENGETAHUI,
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* BTS terhadap Citra Tokopedia Bagi Generasi Z di Jakarta Barat”.

Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, dikarenakan adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti. Penelitian ini bisa berjalan tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan oleh seluruh pihak.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti tentu saja menemui banyak hambatan dan kesulitan. Atas segala kekurangan yang ada dalam penelitian ini, peneliti sangat mengharapkan adanya masukan, kritik serta saran yang membangun. Tetapi berkat bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

5. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti
7. Seluruh Dosen Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana
8. Kedua orang tua peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada peneliti. Yaitu Ayah Muhammad Ali Yacob dan Bunda Meri Kasihani
9. Saudara-saudara peneliti yang selalu mendoakan dan juga memberi bantuan serta dukungan kepada peneliti.
10. Audie Indra Pratiwi, Falah Fadhilah, Stefani Laurensia, dan Meta Amelia selaku sahabat peneliti yang sudah menemani dan membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini
11. Kepada Aan Sulaiman yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penelitian
12. Seluruh teman-teman peneliti yang selalu memberikan bantuan, semangat serta doa kepada peneliti selama proses penyelesaian penelitian ini
13. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Jakarta, 18 Juli 2023

Raisa Amara

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Raisa Amara

NIM : 44219010149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BTS terhadap Citra Tokopedia bagi
Generasi Z di Jakarta Barat

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Juli 2023

Yang menyatakan,



Raisa Amara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1. Komunikasi	14
2.2.2. Komunikasi Organisasi	15
2.2.3. Public Relations	17
2.2.4. Brand Ambassador	18
2.2.5. Citra Perusahaan.....	19
2.2.6. Generasi Z	20
2.2.7. Teori S-O-R.....	21
2.3 Hipotesis Teori	22
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian	24

3.2	Metode Penelitian.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	24
3.3.1.	Populasi.....	24
3.3.2.	Sampel.....	25
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	27
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	28
3.4.1.	Definisi Konsep.....	28
3.4.2.	Operasional Konsep	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1.	Uji Regresi	35
3.6.2.	Uji Hipotesis	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Gambaran Umum Tokopedia.....	38
4.1.2	Visi Misi Tokopedia.....	38
4.1.3	Struktur Organisasi Tokopedia	40
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1.	Karakteristik Responden	41
4.2.2.	Analisis Variabel X (Brand Ambassador).....	43
4.2.3.	Analisis Variabel Y (Citra Perusahaan).....	49
4.2.4.	Analisis Deskriptif	56
4.2.5.	Hasil Uji Validitas.....	57
4.2.6.	Hasil Uji Reliabilitas	58
4.2.7.	Hasil Uji Koefisien Korelasi	59
4.2.8.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
4.2.9.	Hasil Uji T.....	61
4.2.10.	Hasil Uji F.....	62
4.3	Pembahasan	63
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Saran	68

5.2.1. Saran Teoritis	68
5.2.2. Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persaingan Toko Online di Asia Tenggara	2
Gambar 1.2 Persaingan Toko Online di Asia Tenggara	3
Gambar 2.1 Unsur-unsur dalam Teori S-O-R.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tokopedia.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasional Konsep	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X)	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (Y)	33
Tabel 3.4 Klasifikasi Reliabilitas Alpha Cronbach.....	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador (X).....	35
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan (Y)	35
Tabel 4.1 Usia	41
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3 Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Menggunakan Layanan Tokopedia.....	42
Tabel 4.5 BTS sebagai brand ambassador Tokopedia merupakan tokoh populer.....	43
Tabel 4.6 Saya sudah mengenal BTS sebelum menjadi brand ambassador untuk Tokopedia.....	43
Tabel 4.7 BTS sudah pernah menjadi brand ambassador untuk brand lain sebelumnya.....	44
Tabel 4.8 BTS memiliki banyak pengalaman menjadi brand ambassador	45
Tabel 4.9 BTS memiliki citra yang baik sebagai sebuah boy group.....	45
Tabel 4.10 BTS tidak terjerat kasus negatif.....	46
Tabel 4.11 BTS merupakan boy group yang berprestasi	46
Tabel 4.12 BTS memiliki tampilan fisik yang menarik sebagai brand ambassador.....	47
Tabel 4.13 BTS memiliki pesona yang menarik sebagai sebuah brand ambassador.....	47
Tabel 4.14 BTS memiliki kepribadian yang baik untuk mewakili sebuah brand.....	48
Tabel 4.15 BTS mampu menarik perhatian khalayak.....	48
Tabel 4.16 BTS memiliki banyak penggemar dari kalangan generasi Z.....	49
Tabel 4.17 Tokopedia sudah dikenal publik	49
Tabel 4.18 Anda percaya untuk menggunakan layanan Tokopedia	50
Tabel 4.19 Anda merasa aman untuk melakukan transaksi di Tokopedia.....	50
Tabel 4.20 Anda merasa nyaman menggunakan layanan Tokopedia.....	51
Tabel 4.21 Tokopedia memiliki pelayanan yang baik	51
Tabel 4.22 Tokopedia responsif terhadap permintaan Anda	52
Tabel 4.23 Tokopedia peduli terhadap keluhan Anda	52
Tabel 4.24 Logo Tokopedia menarik perhatian Anda	53
Tabel 4.25 Logo Tokopedia mudah diingat	53
Tabel 4.26 Slogan Tokopedia menarik perhatian Anda.....	54
Tabel 4.27 Slogan Tokopedia mudah diingat	54
Tabel 4.28 Warna perusahaan Tokopedia menarik perhatian Anda	55
Tabel 4.29 Warna perusahaan Tokopedia mudah diingat.....	55
Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Variabel X dan Y	56

Tabel 4.31 Klasifikasi Reliabilitas Alpha Cronbach.....	58
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (ANOVA).....	60
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients).....	61
Tabel 4.36 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.37 Hasil Uji F.....	62



UNIVERSITAS
MERCU BUANA