



**ANALISIS PERAN BRAND AMBASSADOR BTS
SEBAGAI CITRA PERUSAHAAN *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



Nama : Intan Regita Azhar Nasution

NIM : 44219110207

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

i

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Regita Azhar Nasution

NIM : 44219110207

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Analisis Peran Brand Ambassador BTS Sebagai Citra Perusahaan E-Commerce Tokopedia Melalui Media Sosial 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, 23 Agustus 2023



Intan Regita Azhar Nasution

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Intan Regita Azhar Nasution
NIM : 44219110207
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Peran Brand Ambassador BTS Sebagai Citra Perusahaan E-Commerce Tokopedia Melalui Media Sosial Instagram

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.

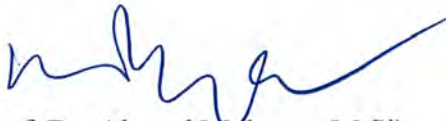
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom ()
NIDN : 0326068001
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom ()
NIDN : 0314038802

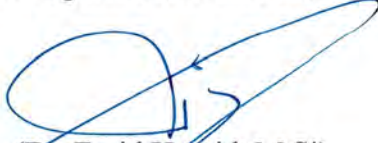
Jakarta, 23 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa melimpahi berkat kepada penulis dan seluruh tugas beserta tanggung jawab, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Peran Brand Ambassador BTS Sebagai Citra Perusahaan *E-Commerce* Tokopedia Melalui Media Sosial Instagram”. Penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan atau semua orang yang membacanya.

Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat bagi penulis dalam mencapai gelar sarjana (S-1) jurusan Public relations, Fakultas Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, penulis berusaha menyajikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Untuk itu, penulis sangat menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini dengan ketulusan yang paling dalam, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing.
2. Bapak Ahmad Mulyana, Dr, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr, Suraya, M.Si, Ibu Anindita S.Pd, M.Ikom, Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom, Ibu Melly Ridaryanthi, Ph D, selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak /Ibu dosen dan staff TU, staff Prodi, dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya Program Studi Public relations yang telah banyak membantu kami untuk dapat melaksanakan penulis dalam studi.
6. Orang Tua, keluarga, dan seluruh teman-teman penulis yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis sangat berterima kasih dan mengharapkan agar skripsi ini dapat berguna untuk penerus dan menjadi referensi yang baik bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 14 April 2022

Intan Regita Azhar Nasution

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Intan Regita Azhar Nasution

NIM : 44219110207

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Analisis Peran Brand Ambassador BTS Sebagai Citra Perusahaan E-Commerce Tokopedia Melalui Media Sosial 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2023

Yang menandatangani,



(Intan Regita Azhar Nasution)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kajian Teoritis	15
2.2.1. Pengertian Komunikasi	15
2.2.2. Public Relations	17

2.2.3. Brand Ambassador	19
2.2.4. Citra	21
2.2.4. Media Sosial Instagram	24
2.2.5. E-Commerce	27
2.2.6. Analisis Isi	27
2.3. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	31
3.2. Metode Penelitian	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis Data	34
3.5. Teknik Keabsahan Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2. Hasil Penelitian	40
4.2.1. Deskripsi Data	40
4.2.2. Analisis Data	55
4.3. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Jurnal Nasional	9
Tabel 2.2 Review Jurnal Internasional	14
Tabel 4.1 Data Unggahan Media Sosial Instagram Tokopedia x BTS	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo dan Ikon Tokopedia	39
Gambar 4.2 BTS sebagai Brand Ambassador Tokopedia	40
Gambar 4.3 Konten Tokopedia Tanpa BTS	48
Gambar 4.4 Konten Tokopedia Dengan BTS	49
Gambar 4.5 Photobook BTS x Tokopedia	50
Gambar 4.6 Konten Pemasaran #YangLagiViral	52
Gambar 4.7 Konten Promo Kebut Gopay Cashback 90%	54
Gambar 4.8 Konten Promo Flash Sale Gratis Tas Eksklusif	54
Gambar 4.9 Konten Gratis Top Up Gopay via Tokopedia	55
Gambar 4.10 Konten Pemasaran Tokopedia	62
Gambar 4.11 Unggahan Populer dari Fanbase BTS	64
Gambar 4.12 Timeline Instagram pasca Event Promosi BTS dan Tokopedia ...	64

UNIVERSITAS
MERCU BUANA