

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CELEBRITY*  
*WORSHIP* SEHUN EXO TERHADAP *BRAND*  
*IMAGE* PRODUK WHITE LAB**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Putri Aprillia Anggraeni

19.96.1384

PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CELEBRITY*  
*WORSHIP* SEHUN EXO TERHADAP *BRAND*  
*IMAGE* PRODUK WHITE LAB**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Putri Aprillia Anggraeni

19.96.1384

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

2023

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CELEBRITY*  
*WORSHIP* SEHUN EXO TERHADAP *BRAND*  
*IMAGE* PRODUK WHITELAB**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Putri Aprillia Anggraeni**

**19.96.1384**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 27 Juni 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Riski Damastuti, S.Sos., M.A**  
**NIK. 190302475**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CELEBRITY*  
*WORSHIP* SEHUN EXO TERHADAP *BRAND*  
*IMAGE* PRODUK WHITELAB**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Putri Aprillia Anggraeni**  
**19.96.1384**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 27 Juni 2023

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Riski Damastuti, S.Sos., M.A  
**NIK. 190302475**

Andreas Tri Pamungkas, M.A  
**NIK. 190302522**

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom  
**NIK. 190302361**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 27 Juni 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
**NIK. 190302125**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Putri Aprillia Anggraeni  
NIM : 19.96.1384

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Celebrity Worship* Sehun EXO terhadap *Brand Image* Produk White Lab**

Dosen Pembimbing : Riski Damastuti, S.Sos., M.A.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,

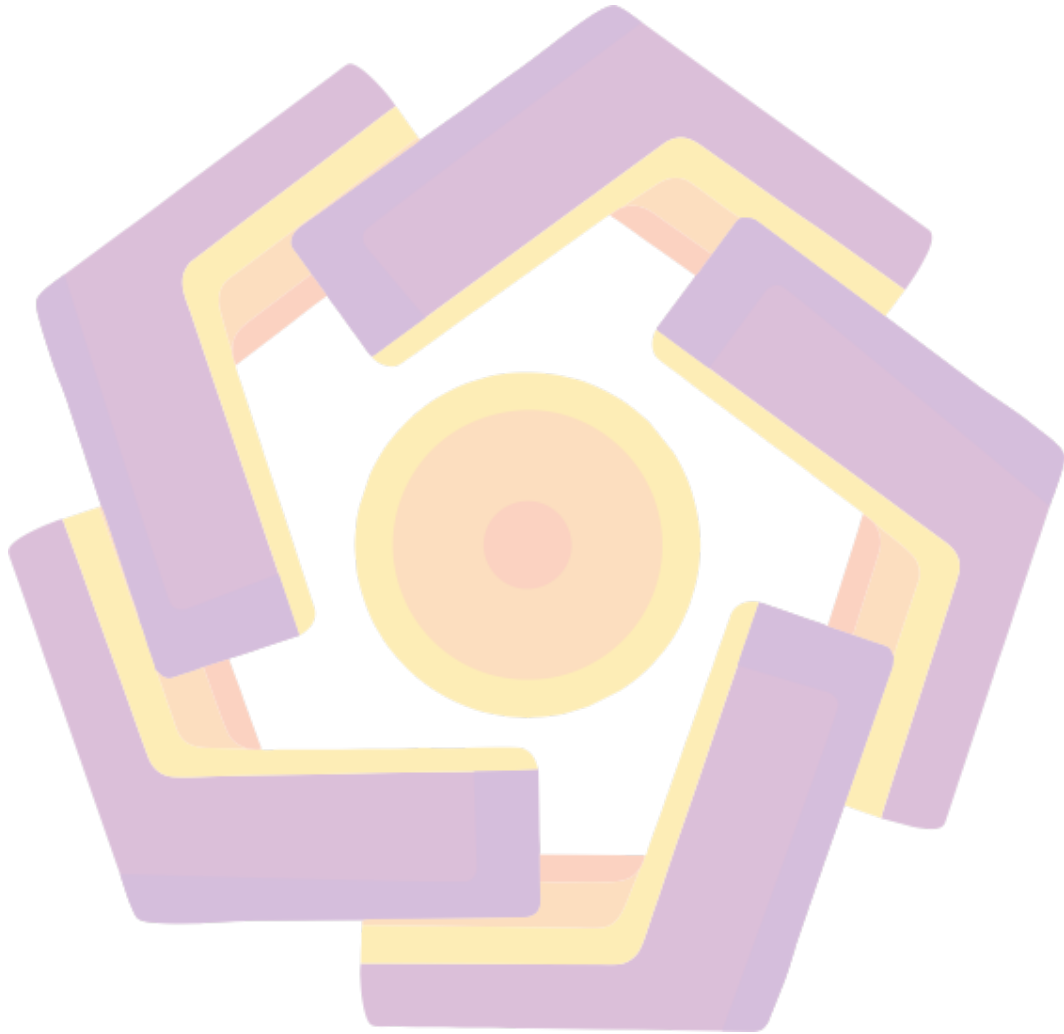


Putri Aprillia Anggraeni

MOTTO

*“If you think it’s hard then it will hard, if you think it’s not hard then it will not hard. Fighting”*

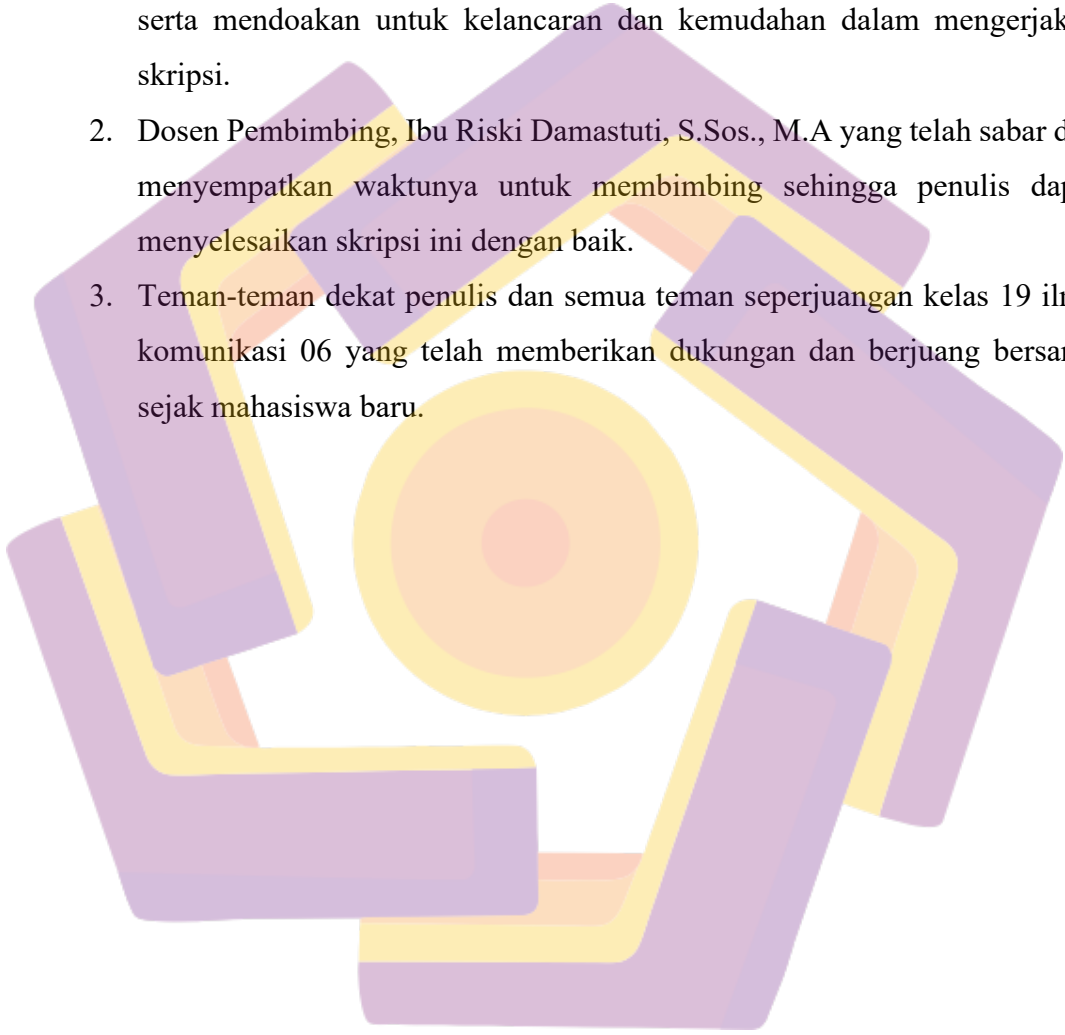
Park Jisung of NCT



## PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan telah selesainya skripsi ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta mendoakan untuk kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi.
2. Dosen Pembimbing, Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A yang telah sabar dan menyempatkan waktunya untuk membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Teman-teman dekat penulis dan semua teman seperjuangan kelas 19 ilmu komunikasi 06 yang telah memberikan dukungan dan berjuang bersama sejak mahasiswa baru.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CELEBRITY WORSHIP* SEHUN EXO TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK WHITELAB” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing yang sangat berjasa dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan arahan, masukan, kesabaran dan kesediaan waktunya.
5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis dengan segala kesabarannya.
6. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral dan material serta mendoakan untuk kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teruntuk pria yang selalu memberikan semangat, dukungan dan selalu menemani penulis baik suka dan duka, Fadhil Indiko Putra.



8. Sahabat penulis, Nailis Syifa, Putri Ramadhani, Riska Aulia Putri Ritonga dan Yashinta Putri Rynandha yang selalu mendengarkan keluh kesah dan membantu penulis bangkit untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis untuk kelancaran proses penulisan skripsi ini.

Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis, terima kasih atas dukungannya yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain.

Yogyakarta, Juni 2023

Putri Aprillia Anggraeni

19.96.1384

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
KEASLIAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Bab.....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN TEORI</b> .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Brand ambassador</i> .....	8
2.1.2 <i>Celebrity worship</i> .....	8
2.1.3 <i>Brand image</i> .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Model Hubungan Antar Variabel .....	13
2.4 Hipotesis Penelitian.....	15
<b>BAB III</b> .....	16
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	16
3.1 Jenis Penelitian .....	16

3.2 Definisi Operasional Variabel .....	16
3.2.1 Variabel independen/bebas .....	16
3.2.2 Variabel dependen/terikat .....	18
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	25
<b>BAB IV .....</b>	<b>27</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	27
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
4.1.2 Karakteristik Responden.....	31
4.2 Variabel Penelitian .....	32
4.3 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	41
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	46
4.3.4 Uji Hipotesis .....	47
4.4 Pembahasan .....	48
<b>BAB V.....</b>	<b>53</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 KESIMPULAN .....	53
5.2 SARAN .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	19
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	20
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i> .....	21
Tabel 3.4 Skala Likert .....	24
Tabel 3.5 Modifikasi Skala Likert .....	24
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Item Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Item Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Item Variabel <i>Brand Image</i> .....	29
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden .....	31
Tabel 4.6 Kategori Rata-rata Skor .....	33
Tabel 4.7 Respon Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	33
Tabel 4.8 Respon Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	36
Tabel 4.9 Respon Variabel <i>Brand Image</i> .....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi .....	44
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi .....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji T .....	48

## INTISARI

Penggunaan *brand ambassador* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan *brand image* atau citra merek melalui persepsi di mata konsumen. *Brand ambassador* dapat menarik perhatian konsumen untuk mencari tahu dan menimbulkan minat akan produk sehingga akan membentuk citra merek pada benak konsumen. Whitelab merupakan sebuah *brand* kecantikan kulit yang menggunakan Sehun EXO sebagai *brand ambassador*-nya. Keloyalitasan penggemar dimanfaatkan oleh brand lokal untuk menambah segmen pasar baru. *Celebrity worship* merupakan perilaku obsesi seorang individu kepada idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* dan *celebrity worship* Sehun EXO terhadap *brand image* produk Whitelab. Jenis penelitian pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 95 responden yang merupakan pengikut *Instagram* Sehun EXO dan Whitelab serta mengetahui Sehun EXO sebagai *brand ambassador* Whitelab. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari *brand ambassador* dan *celebrity worship* Sehun EXO terhadap *brand image* produk Whitelab. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis hipotesis pada variabel *brand ambassador* dan *celebrity worship* pada variabel *brand image* menunjukkan nilai Sig < 0,05 sehingga disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak serta  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  diterima. Kemudian hasil koefisien regresi yang dihasilkan juga bernilai positif (+) sehingga dapat dikatakan bahwa *brand ambassador* dan *celebrity worship* Sehun EXO berpengaruh positif terhadap *brand image* produk Whitelab. Pengaruh yang didapat pada variabel *brand ambassador* dan *celebrity worship* Sehun EXO terhadap *brand image* produk Whitelab adalah sebesar 42,4% sementara 57,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Celebrity Worship*, Sehun EXO, Whitelab

## ABSTRACT

*The use of brand ambassadors is a form of communication that has the aim of increasing brand image or brand image through perception in the eyes of consumers. Brand ambassadors can attract the attention of consumers to find out and generate interest in products so that they will form a brand image in the minds of consumers. Whitelab is a skin beauty brand that uses Sehun EXO as its brand ambassador. The loyalty of fans is used by local brands to add new market segments. Celebrity worship is an individual's obsessive behavior towards his idol. This study aims to test whether there is influence of Sehun EXO's brand ambassador and celebrity worship on the brand image of Whitelab products. The type of research in this study is a quantitative approach. The sampling technique uses a purposive sampling technique with a sample of 95 respondents who are Instagram followers of Sehun EXO and Whitelab and know Sehun EXO as Whitelab's brand ambassador. The results of this study are that there is influence from Sehun EXO's brand ambassador and celebrity worship on the brand image of Whitelab products. This is indicated by the results of hypothesis analysis on the brand ambassador and celebrity worship variables on the brand image variable showing a Sig value  $< 0.05$  so it is concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_1$ ,  $H_2$  and  $H_3$  are accepted. Then the results of the resulting regression coefficient are also positive (+) so that it can be said that Sehun EXO's brand ambassador and celebrity worship have a positive effect on the brand image of Whitelab products. The influence obtained on Sehun EXO's brand ambassador and celebrity worship variables on the brand image of Whitelab products was 42.4% while 57.6% was influenced by other factors not examined in this study.*

*Keyword: Brand Ambassador, Brand Image, Celebrity Worship, Sehun EXO, Whitelab*