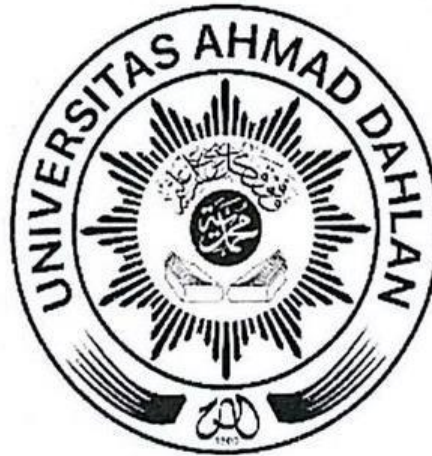


**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* LE MIN HO PADA
INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN**

(Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticofficial)

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



OLEH :
ANGGUN DWIPUTRI RAHAYU
1900030063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2024**

PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* LE MIN HO PADA
INSTAGRAM AZARINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Survei Pada Followers Instagram Azarine)**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikas
Universitas Ahmad Dahlan**

Oleh :

**Anggun Dwiputri Rahayu
1900030063**

Telah disetujui oleh :

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra,
Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diujikan**

Pembimbing, 10 Juni 2024



**Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.
NIPM. 19890417201601111226530**

PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* LE MIN HO PADA
INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN**

(Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticofficial)

SKRIPSI

Oleh

Anggun Dwiputri Rahayu

1900030063

**Skripsi ini telah dipertahankan di depan panitia ujian pada tanggal 10 Juni
2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar**

**Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

- 1. Ketua : Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.**
- 2. Penguji I : Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.**
- 3. Penguji II : Nunik Hariyanti, S.Ikom., M.A.**



**Yogyakarta, 10 Juni 2024
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi**

Dekan



Gibbran, S.S., M.A., Ph.D.

NIPN. 19791218 200309 111 0900733

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Anggun Dwiputri Rahayu

Nim 1900030063

Judul : PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR LE MIN HO* PADA INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticofficial)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar benarnya.

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 19930605 201810011 1311335

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Anggun Dwiputri Rahayu
NIM. 1900030063

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Anggun Dwiputri Rahayu
Nim : 1900030063
Email : anggundwiputri49@gmail.com
Fakultas : Sastra Budaya, dan Komunikasi
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* LE
MIN HO PADA INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticofficial)

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan dan penelitian/implementasi saya sendiri. Tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Anggun Dwiputri Rahayu
NIM. 1900030063

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Nama : Anggun Dwiputri Rahayu
Nim : 1900030063
Fakultas : Sastra Budaya, dan Komunikasi
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* LE MIN
HO PADA INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT
BELIKONSUMEN (Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticofficial)

Dengan ini saya menyerahkan hak Sepenuhnya Kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya seni ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (~~mengizinkan/tidak mengizinkan~~) karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

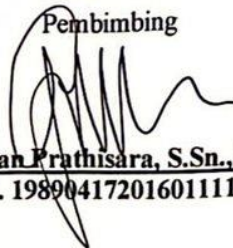
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Anggun Dwiputri Rahayu
NIM. 1900030063

Mengetahui,
Pembimbing



Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.
NIPM. 1989041720160111122653

MOTO

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),

Dan hanya kepada TUHAN mu kah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 5-8)

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”

(Nelson Mandela)

“Di bumi masih banyak orang baik, tapi kita masih perlu lebih banyak lagi”

(NKCTHI)

“InsyaAllah one day you will smile and say, (Ya Allah, this is more than what I prayed for, Alhamdulillah)”

(Hidden.haya)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, rahmat dan hidayah nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Kedua orang tercinta saya Bapak Imam Sardjono, S.Pd dan Ibu Sevti Widami, S.Pd yang telah memberikan dukungan serta doa yang tidak pernah putus.
2. Kaka saya Dimas Aditya Wirapratama, S.Km dan adik saya Sadewa Bayutri Pamungkas terimakasih doa dan dukungannya.
3. Teman-teman terdekat saya yang sudah memberikan semangat, doa dan dukungannya.
4. Dosen Pembimbing skripsi, pak Gibbran Prathishara, S.Sn., M.Sn Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan terima kasih atas bimbingan dan arahannya.
5. Teman – teman Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan angkatan 2019.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas dan kewajibannya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul *PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR LEE MIN HO PADA INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN* (Survei Pada Followers Instagram @azarinecosmeticoofficial) skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata 1 (S-1) di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu, dan membimbing peneliti. Maka dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Dr. Muchlas, M.t. Selaku Rector Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.kom.,M.A. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

5. Gibbran Prathishara, S.Sn., M.Sn. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan sangat membantu memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Bapak/Ibu segenap karyawan di Universitas Ahmad Dahlan.
8. Sebagai ungkapan Terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada Orang tua tercinta Bapak Imam Sardjono, S.Pd. dan Ibu Sevti Widarni, S.Pd. Terima kasih atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat, materi, doa yang tidak pernah putus, motivasi dan cinta yang tiada henti-hentinya hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana. Hiduplah lebih lama lagi, ibu dan ayah harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya. *I love you more more more.*
9. Kaka saya Dimas Aditya Wirapratama, S.Km. dan adik saya Sadewa Bayutri Pamungkas. Terima kasih selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih banyak sudah hadir menjadi kaka dan adik yang terbaik.
10. Inisal P.S. yang selalu menemani dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, doa yang selalu di langitkan, dan seluruh

hal baik yang diberikan selama ini, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini.

11. Sahabat saya Dwi Aprita S.Keb. Terima kasih banyak atas bantuan, dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik.
12. Sahabat saya Rizka Silfia Imarto, S.Pd. dan Eva Siswanti, S.pd. Terima kasih untuk tangan yang selalu diulurkan, telinga yang siap mendengar, dukungan dan doa, terima kasih telah hadir dalam setiap proses saya.
13. Teruntuk Resti Aullia Ayu Wulandari, Annisa Mega Mardhika dan Puja Amiliya teman seperjuangan saya selama di tanah perantauan. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, dan waktu yang dijalani Bersama selama menempuh studi di Yogyakarta. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Bertemu dengan kalian adalah rasa syukur yang selalu saya ucapkan setiap hari.
14. Novia Murti Milen terima kasih banyak untuk doa, dukungan dan semangat. Terima kasih juga sudah mendengarkan keluh kesah penulis dan sudah berjuang di tanah perantauan ini.
15. Teman-teman seperjuangan prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan angkatan 2019 dan semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwasannya skripsi ini jauh dari kata sempurna serta masih serta masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua.

Yogyakarta, 10 Juni 2024

Penulis



Anggun Dwiputri Rahayu

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	v
MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	20
G. Kerangka Pemikiran	30
H. Definisi Konseptual	31
I. <i>Brand Ambassador</i>	31
J. Definisi Operasional	39
K. Hipotesis	43
L. Metodologi Penelitian	44
BAB II DESKRIPSI UMUM	56
A. Profil Azarine	56
B. Profil <i>Brand Ambassador</i>	60

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian.....	65
B. Pembahasan	76
C. Keterbatasan Penelitian	83
BAB IV PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Followers Instagram @azarinecosmeticofficial.....	46
Gambar 2. 1 Logo Azarine.....	59
Gambar 2. 2 Lee Min Ho.....	61
Gambar 3. 1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 3. 2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelian Terdahulu	14
Tabel 1. 2 Definisi Operasional Variabel X.....	39
Tabel 1. 3 Definisi Operasional Variabel Y.....	41
Tabel 1. 4 Kategori Pembagian Kelas.....	51
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Instrmen Content Marketing @azarinecosmeticofficial	66
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Minat Beli.....	68
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reabilitas Variabel (X,Y).....	69
Tabel 3. 4 Analisis Deskriptif Variabel Pemilihan <i>Brand Ambassador</i> Lee Min Ho70	
Tabel 3. 5 Analisis Deskriptif Variabel Pemilihan <i>Brand Ambassador</i> Lee Min Ho71	
Tabel 3. 6 Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 3. 7 Hasil Uji Koefesien Deteminasi (R^2)	72
Tabel 3. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	73
Tabel 3. 9 Hasil Normalitas	75
Tabel 3. 10 Uji Linieritas	75

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Model Teori S.O.R	24
Bagan 1. 2 Kerangka Pemikiran	30

INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *brand ambassador* Lee Min Ho pada Instagram azarine terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah followers atau pengikut akun Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linearsederhana dengan bantuan program SPSS 26. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR. Teori SOR mengkaji terkait efek yang dibangkitkan adalah *respons* spesifik terhadap Teori ini memberikan penjelasan mengenai efek yang timbul karena adanya rangsangan. Teori SOR memiliki asumsi dasar bahwa adanya rangsangan pesan-pesan kepada individu yang mengakibatkan munculnya perubahan sikap (Yu et al., 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Dimana penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat persentase pengaruh penggunaan *brand ambassador* Lee Min Ho pada Instagram Azarine terhadap minat beli konsumen.

Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 16.746 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi positif sebesar 1.690 dan besarnya pengaruh *brand ambassador* Lee Min Ho melalui media sosial Instagram @azarinecosmeticoofficial sebesar 74,1%, sedangkan sisanya 25,9% ditentukan dari faktor lain yang dari luarpenelitian

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Teori *Stimulus-Organism-Response*, Minat Beli Konsumen.

ABSTRAK

This research aims to analyze the influence of the use of brand ambassador Lee Min Ho on Azarine's Instagram on consumer buying interest. This research uses descriptive quantitative research methods. The population in this study were followers of Instagram accounts. The sampling technique uses random sampling technique with a sample size of 100 people.

The data collection technique uses a questionnaire whose validity and reliability have been tested. The data analysis technique uses simple linear regression analysis with the help of the SPSS 26 program. The theory used in this research is SOR theory. The SOR theory examines the effects caused by specific responses to this theory. This theory provides an explanation of the effects that arise due to stimulation. SOR theory has the basic assumption that the stimulation of messages to individuals results in changes in attitudes (Yu et al., 2021). The research results show that all hypotheses are accepted. This research explains that there is a percentage influence of using the Ambassador Lee Min Ho brand on Azarine's Instagram on consumer buying interest.

This is proven by the calculated T value of 16,746 with a significance of 0.000 which is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and a positive regression coefficient of 1,690 and the magnitude of the influence of the Lee Min Ho brand ambassador via social media Instagram @azarinecosmeticofficial is 74.1%, while the remaining 25.9% was determined by other factors outside the research.

Keywords : Brand Ambassador, Stimulus-Organism-Response Theory, Consumer Purchase Interest.