

LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN

PENERAPAN PEMODELAN VISCAP DAN METODE SMARTER UNTUK PEMILIHAN BRAND AMBASSADOR PRODUK KECANTIKAN LOKAL DI INDONESIA

RINGKASAN

Perawatan kulit wajah sudah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang, mengakibatkan banyak perusahaan kecantikan baru bermunculan dan terus berinovasi untuk menciptakan produk kecantikan dengan produk berkualitas dan harga terjangkau. Namun, mayoritas masyarakat lebih memilih *brand* luar negeri dibandingkan *brand* lokal, untuk memenangkan persaingan pasar perusahaan perlu merumuskan strategi pemasaran yang efektif, salah satunya menggunakan *brand ambassador* aktor drama Korea. Azarine merupakan salah satu *brand* kecantikan lokal yang berhasil meningkatkan penjualan dengan dukungan dari *brand ambassador* aktor drama Korea, yaitu Lee Min Ho. Proses pemilihan *brand ambassador* memiliki banyak pertimbangan, karena *brand ambassador* akan mempromosikan suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah sistem pendukung keputusan pemilihan *brand ambassador* aktor drama Korea pada produk kecantikan lokal di Indonesia berdasarkan pemodelan VisCAP (*Visibility, Credibility, Attraction, and Power*) sebagai kriteria dan diproses dengan metode SMARTER (*Simple Multi Attribute Rating Technique Exploiting Rank*). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kajian studi literatur, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, kajian studi literatur, pengumpulan data, analisis kebutuhan, perancangan sistem, dan pengujian sistem. Sistem dibangun berbasis website dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL untuk pengelolaan database. Hasil pengujian *Expert Judgement* diperoleh nilai 86%, pemodelan VisCAP dan metode SMARTER dapat diterapkan dalam proses pemilihan brand ambassador aktor drama Korea. Hasil pengujian Black-box menunjukkan bahwa semua fitur telah berjalan sebagaimana mestinya. Pengujian SUS memperoleh skor 82, dinyatakan bersifat Acceptable, yang berarti bahwa sistem dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

Kata Kunci: Aktor Drama Korea; Brand Ambassador; Sistem Pendukung Keputusan; VisCAP; SMARTER.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Kemajuan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dimulai awal bulan September 2024 dengan tahapan penelitian: melakukan pengumpulan data, analisis kebutuhan dan penerapan pemodelan VisCAP dan implementasi dengan metode SMARTER. Kegiatan penelitian pada tahap pengumpulan data dapat tim peneliti selesaikan pada akhir Oktober 2024. Data yang dikumpulkan berupa data calon brand ambassador dari Aktor Korea terpopuler pada rentang waktu Mei – Oktober 2024 yang diambil dari situs resmi Lembaga Riset Bisnis Korea pada situs <https://brikorea.com>, didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1. Data Aktor Drama Korea terpopuler

No	Nama Aktor Drama Korea	No	Nama Aktor Drama Korea
1	Ahn Hyo Seop	16	Ryu Jun-yeol
2	Song Joong Ki	17	Cha Eun Woo
3	Ahn Jae Hong	18	Song Kang
4	Hwang Min-hyun	19	Jung Hae In
5	Lee Hak-joo	20	Ji Chang Wook
6	Ryeoun	21	Park Seo Joon

2. Hasil Analisis Data Yang telah dilakukan

Berdasarkan data yang telah diperoleh, tahap selanjutnya adalah menerapkan pemodelan VisCAP terhadap data sebagai dasar teori penetapan kriteria dan sub kriteria, serta menggunakan metode *Simple Multi Attribute Rating Technique Exploiting Rank* (SMARTER) untuk proses menghasilkan rekomendasi aktor drama Korea. Metode SMARTER mampu menyelesaikan permasalahan multi kriteria dan memberikan pembobotan ROC yang lebih proporsional serta konsisten, sehingga menghindari ketidakseimbangan dalam proses penilaian

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Langkah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut berdasarkan pemodelan VisCAP dan metode SMARTER, yakni:

1. Kriteria yang digunakan mengacu pada teori pemodelan VisCAP, yaitu Visibility, Credibility, Attraction, dan Power.
2. Kemudian menetapkan aturan tingkat prioritas yang menggambarkan tingkat kepentingan masing-masing kriteria dan sub kriteria.
3. Melakukan pembobotan pada setiap kriteria dan sub kriteria berdasarkan tingkat prioritas dengan metode pembobotan Rank Order Centroid (ROC), dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Bobot Kriteria dan Sub Kriteria

Kriteria	Prio ritas	ROC	Bobot Kriteria	Sub Kriteria	Prio ritas	ROC	Bobot Sub Kriteria
Visibility (C ₁)	2	$W_3 = \frac{(0 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3} + \frac{1}{4})}{4}$	0,27	Sangat Populer	1	$W_1 = \frac{(1 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,61
				Populer	2	$W_2 = \frac{(0 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,28

				Kurang Populer	3	$W_3 = \frac{(0 + 0 + \frac{1}{3})}{3}$	0,11
Credibility (C ₂)	1	$W_1 = \frac{(1 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3} + \frac{1}{4})}{4}$	0,52	Experienced	1	$W_1 = \frac{(1 + \frac{1}{2})}{2}$	0,75
				Trustworthy	2	$W_2 = \frac{(0 + \frac{1}{2})}{2}$	0,25
Attraction (C ₃)	4	$W_4 = \frac{(0 + 0 + 0 + \frac{1}{4})}{4}$	0,06	Non-Physical Likability	1	$W_1 = \frac{(1 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,61
				Similarity	2	$W_2 = \frac{(0 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,28
				Physical Likability	3	$W_3 = \frac{(0 + 0 + \frac{1}{3})}{3}$	0,11
Power (C ₄)	3	$W_2 = \frac{(0 + 0 + \frac{1}{3} + \frac{1}{4})}{4}$	0,14	Sangat Berpengaruh	1	$W_1 = \frac{(1 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,61
				Berpengaruh	2	$W_2 = \frac{(0 + \frac{1}{2} + \frac{1}{3})}{3}$	0,28
				Kurang Berpengaruh	3	$W_3 = \frac{(0 + 0 + \frac{1}{3})}{3}$	0,11

Pada tahap akhir dilakukan perankingan untuk melihat keluaran hasil rekomendasi brand ambassador, nilai akhir diurutkan dari yang tertinggi hingga yang terendah.

Tabel 3. Hasil Rekomendasi *Brand Ambassador*

Ranking	Nama Aktor Drama Korea	Nilai Akhir
1	Ji Chang Wook	0.96
2	Song Joong Ki	0.94
3	Cha Eun Woo	0.94
4	Song Kang	0.94
5	Park Hyung Sik	0.90
6	Park Seo Joon	0.79
7	Choi Woo Shik	0.149
8	Ahn Hyo Seop	0.06
9	Ahn Jae Hong	0.06
10	Hwang Min-hyun	0.06
11	Lee Hak-joo	0.06
12	Ryeoun	0.06
13	Kang Ha Neul	0.06
14	Rowoon	0.06
15	Wi Ha Joon	0.06
16	Park Sung-hoon	0.06
17	Ong Seong Wu	0.06
18	Byun Woo Seok	0.06
19	Choi Hyun Wook	0.06

20	Lee Joon	0.06
21	Chae Jong Hyeop	0.06
22	Ryu Jun-yeol	0.06
23	Jung Hae In	0.06
24	Jang Dong Yoon	0.06
25	Kim Dong Joon	0.06
26	Yoo Seon Ho	0.06
27	Im Siwan	0.06
28	Lee Hyun Woo	0.06
29	Na In Woo	0.06
30	Ahn Bo Hyun	0.06

Penelitian telah berhasil melakukan analisis dan penerapan pemodelan VisCAP dan Metode SMARTER, tahap selanjutnya yang belum terselesaikan adalah pengujian terhadap hasil system.

4. Luaran yang telah didapatkan

Luaran masih berupa draft paper yang akan di submit pada bulan Maret 2025

STATUS LUARAN

Luaran masih berupa draft paper yang akan di submit pada bulan Maret 2025

KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN

Pada penelitian dengan penerapan model VisCAP dan metode SMARTER terdapat kendala yang dihadapi yaitu proses pengujian data masih belum mencapai standar yang diinginkan tim peneliti.

RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA

Rencana selanjutnya dalam mengatasi kendala, tim telah mengetahui dimana terjadi eror pada saat pengelompokkan data dan saat ini sedang tahapan pengujian hipotesis eror. Sedangkan untuk luaran yang belum tercapai, saat ini tim telah membuat draft luaran dan sedang menunggu hasil pengujian, bila telah didapatkan hasil pengujian sesuai dstandar makan draft bisa diselesaikan dan luaran paper dapat segera di submit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Y. Rahma and M. T. Lestari, "Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken," *E-Proceeding of Management*, vol. 7, no. 2, pp. 4593–4603, 2020.
- [2] A. Lia, H. Hakiem, and Ibdalsyah, "Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12," *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol. 5, pp. 263–273, 2022.

- [3] Rossiter, L. Percy, and R. John, *Advertising Communication Models*, vol. 12. Association for Consumer Research, 1985. [Online]. Available: <http://acrwebsite.org/volumes/6443/volumes/v12/NA-12>
- [4] J. R. Rossiter, L. Percy, and L. Bergkvist, *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*. in Core textbook. SAGE Publications, 2018.
- [5] MUSTAKIM, *MULTI-ATTRIBUTE DECISION MAKING Simple Multi Attribute Rating Technique Exploiting Ranks (SMARTER)*. 2018.
- [6] S. Kurniawati and R. Z. B. Pratiwi, "DRAMA KOREA DAN IMITASI GAYA HIDUP: STUDI KORELASI PADA MAHASISWA KPI IAIN SURAKARTA," pp. 243–270, 2021.
- [7] R. Retnowati, E. Suhardi, and D. Hafiludin, *Put in Passion (Picture and Picture, Think Pair Share, Demonstration) Berbasis Multimedia*. PASPA PRESS, 2016.
- [8] Z. Niqotaini *et al.*, *Rekayasa Perangkat Lunak*. PT Penamuda Media, 2023.
J. Brooke, "SUS: A quick and dirty usability scale," *Usability Eval. Ind.*, vol. 189, Apr. 1995

LAMPIRAN-LAMPIRAN:

- a. Luaran wajib penelitian dan status capaiannya
- b. Luaran tambahan penelitian dan status capaiannya, jika ada
- c. Hasil cek plagiarisme maksimal 25% (jika sudah ada luaran artikel)
- d. *Logbook* (Catatan Harian) (diinput dan diunduh dari portal)
- e. Bukti pembimbingan (khusus skema PDP)
- f. Dokumen realisasi Kerjasama dengan Mitra untuk jenis riset terapan dan riset pengembangan.