

**HUBUNGAN PENGGUNAAN LEE MIN HO SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR IKLAN LUWAK WHITE
KOFFIE DENGAN MINAT MEMBELI ANGGOTA
*KOREAN CULTURE CENTER***

SKRIPSI

Oleh :

Novie Rustikasari

201210415015



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Penggunaan Lee Min Ho
sebagai *Brand Ambassador* Iklan Luwak
White Koffie Dengan Minat Membeli
Anggota *Korean Culture Center*

Nama Mahasiswa : Novie Rusifikasari

Nomer Pokok Mahasiswa : 201210415015

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 2 Agustus 2016

Bekasi, 16 Agustus 2016

MENYETUJUI

Pembimbing I

Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 041310016

Pembimbing II

Astuty Pohan, S.Sos, MM
NIP. 0328087801



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Penggunaan Lee Min Ho
sebagai *Brand Ambassador* Iklan Luwak
White Koffie Dengan Minat Membeli
Anggota *Korean Culture Center*

Nama Mahasiswa : Novie Rustikasari

Nomer Pokok Mahasiswa : 201210415015

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 2 Agustus 2016

Bekasi, 16 Agustus 2016

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 041310016

Penguji I : Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 041503026

Penguji II : Astuty Pohan, S.Sos., MM
NIP. 0328087801

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 1602244

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Diah Ayu Permatasari, ST., S.IP., MIR
NIP. 041507025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Hubungan Penggunaan Lee Min Ho sebagai *Brand Ambassador* Iklan Luwak White Koffie Dengan Minat Membeli Anggota *Korean Culture Center* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 16 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan,



Novie Rustikasari
201210415015

ABSTRAK

Novie Rustikasari 201210415015. Hubungan Penggunaan Lee Min Ho Sebagai *Brand Ambassador* Iklan Luwak White Koffie Dengan Minat Membeli Anggota *Korean Culture Center*.

Penelitian ini membahas mengenai hubungan penggunaan Lee Min Ho sebagai *brand ambassador* iklan Luwak White Koffie dengan minat membeli anggota *Korean Culture Center*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan teori kredibilitas sumber. Penelitian ini menggunakan uji korelasi *Kendall Tau* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara *brand ambassador* dengan minat membeli. *Brand ambassador* memiliki beberapa indikator yaitu daya tarik, keahlian, kepercayaan, kekuatan. Indikator inilah yang akan diteliti apakah terdapat hubungan dengan minat membeli pada anggota *Korean Culture Center*. Responden dalam penelitian ini adalah anggota *Korean Culture Center* sebanyak 99 orang. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa tingkat korelasi antara variabel X1 daya tarik dengan variabel Y Minat membeli terdapat hubungan yang sangat kuat (0,757). Korelasi variabel X2 Keahlian dengan variabel Y Minat Membeli sebesar 0,771 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Korelasi variabel X3 kepercayaan dengan variabel Y Minat membeli sebesar 0,712 terdapat hubungan yang sangat kuat. Korelasi variabel X4 kekuatan dengan variabel Y Minat membeli 0,748 tingkat hubungan sangat kuat. Saran terkait hasil penelitian, dalam menentukan *brand ambassador* adalah memperhatikan indikator dan kredibilitas sebagai *brand ambassador* agar memiliki hubungan yang kuat antar *brand ambassador* yang digunakan dengan minat membeli.

Kata Kunci:

Hubungan Penggunaan, *Brand Ambassador*, Minat Membeli.

ABSTRACT

Novie Rustikasari 201210415015. Relations the use of Lee Min Ho as the brand ambassador advertising Luwak White Koffie with interest in buying a member of Korean Culture Center.

Research discussed on the relationship the use of Lee Min Ho as the brand ambassador advertising Luwak White Koffie with interest in buying a member of Korean Culture Center .The research is research quantitative correlational by using the method survey by using the theory credibility source .This research using the correlation kendall Tau this study attempts to know is there any the relationship between brand ambassador with interest in buying .Brand ambassador having some indicators that is attractiveness, expertise, trust, power. Indicators this is what would check whether there is a relationship with interest in buying for the members of the Korean Culture Center .Respondents in this research is a member of Korean Culture Center 99 people. The result of this research be seen that the correlation between variables X1 attractiveness variable y interest in buying there are a very strong 0,757 .Correlation variable X2 expertise variable y interest in buying of 0,771 which means to have a very strong relationships .Correlation variable X3 a trust by variable Y interest in buying of 0,712 there are a very strong .Correlation variable X4 the power with variable Y interest in buying 0,748 level relations very strong .Advice related the results of the study , in determining brand ambassador is take notice indicators and credibility as the brand ambassador so as to have strong relationship between brand ambassador used with interest in buying .

Keywords:

Relations use, Brand ambassador, Interest in buying .

KATA PENGANTAR

All is well. Puji dan syukur yang begitu besar penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kuasaNya kepada penulis. Terima kasih Tuhan untuk semua yang telah terjadi dari awal hingga akhir sehingga penulisan Skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

Dalam menjalani masa pembuatan sampai menyelesaikan Skripsi ini, banyak hal yang penulis temui mulai dari hambatan sampai tantangan. Namun akhirnya, dengan bantuan semua pihak, baik bantuan dalam teknis penulisan maupun motivasi dan doa, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tulisan ini. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam - dalamnya kepada:

Tuhan Yang Maha Kuasa. Tiada daya dan upaya terkecuali dengan pertolongan MU, *thanks Allah for everthing coming to me*

Kedua orang tua yang tiada henti mendukung baik dalam hal materil maupun moril. Kedua adik Deta Putri, Prima Dini terima kasih untuk doa dan perhatiannya. Terima kasih telah menjadi keluarga terbaik di dunia ini. *My Allah with you all, love you from my bottom heart*

Bapak Drs. Irjen Pol (Purn) Bambang Karsono, SH. MH selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Ibu Diah Ayu Permatasari, ST, SIP, M.Ir selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara. Bapak Aan Widodo, S.I.Kom, M.IKom selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara. Ibu Hani Astuti dan Ibu Astuty Pohan selaku Dosen Pembimbing I & II. Terima kasih Ibu yang tidak pernah bosan dan sabar mengoreksi kesalahan penulis dan selalu memberikan masukan demi kebaikan penulis, terima kasih atas kesedian waktunya untuk membimbing penulis.

Bapak Krist Sam Liberthy, terima kasih atas segala semangat, doa, dan motivasi yang tak pernah habis, dimanapun Bapak berada semoga Tuhan selalu memberkati. Karyawan PT. Banshu Electric Indonesia, terima kasih kalian sangat membantu. Terima kasih atas kerja sama dan pengertiannya selama ini

Untuk sahabat terbaik Hasianidya L. Tobing terima kasih telah menjadi senior yang baik dengan definisi baik tersendiri menurut penulis. Terima kasih untuk waktu yang selalu tersedia. Untuk semua pengalaman dan petuah sebagai yang telah membimbing penulis dengan segala. Titis, Amal terima kasih telah sudi berteman dengan penulis ketika penulis mengambil kelas *non regular*. Untuk semua senior yang telah membantu terima kasih banyak. Tuhan selalu menjaga kalian. *Keep contac*. Untuk *HelloKitty geng* Farel, Dian, Audie terima kasih untuk segalanya *you are my best part ever*. Audie, terima kasih untuk tetap ada ketika masa-masa tersulit. Terimakasih telah memberikan pandangan hidup baru. Untuk *Hello Panda*, Pue, kamu harus lulus.

Untuk sumber inspirasi, terima kasih telah menjadi bagian dari hidup penulis. Terima kasih telah menjadi alasan penulis menyelesaikan skripsi ini sesegera mungkin. Di masa depan, ayo kita berbicara lebih banyak, ayo kita bertemu lebih banyak lagi, ayo kita menghirup udara yang sama, menginjak tanah yang sama. Sekali lagi ayo kita hidup lebih lama di dunia yang sama.

Rekan-rekan angkatan 2012, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya terima kasih atas semangat motivasi yang luar biasa. Kalian memiliki arti tersendiri. Terima kasih untuk persahabatan selama kurang lebih empat tahun. Serta semua pihak yang sudah membantu menyusun skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Tuhan selalu menaburkan rahmatNya kepada kalian semua Tuhan beserta kalian.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang memiliki kepentingan akademik dan bermanfaat bagi teman-teman mahasiswa.

Bekasi, Agustus 2016

Penulis

Novie Rustikasari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Identifikasi Masalah	6
1.4.Fokus Penelitian	7
1.5.Tujuan Penelitian.....	7
1.6.Kegunaan Penelitian.....	8
1.7.Sistematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Definisi Komunikasi.....	9
2.2.Definisi Brand Ambassador	11
2.2.1. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	13
2.2.2. Fungsi dan Manfaat Penggunaan <i>Brand Ambassador</i>	14
2.2.3. Efek Brand Ambassador To Product Life Cycle	15
2.3.Definisi Iklan	15
2.3.1. Tujuan Iklan	17
2.3.2. Media Iklan	19
2.4.Teori Kredibilitas Sumber	23
2.5.Minat Membeli	23
2.6.Korean Culture Center.....	25
2.7.Kerangka Pemikiran	26
2.8.Hipotesa.....	28

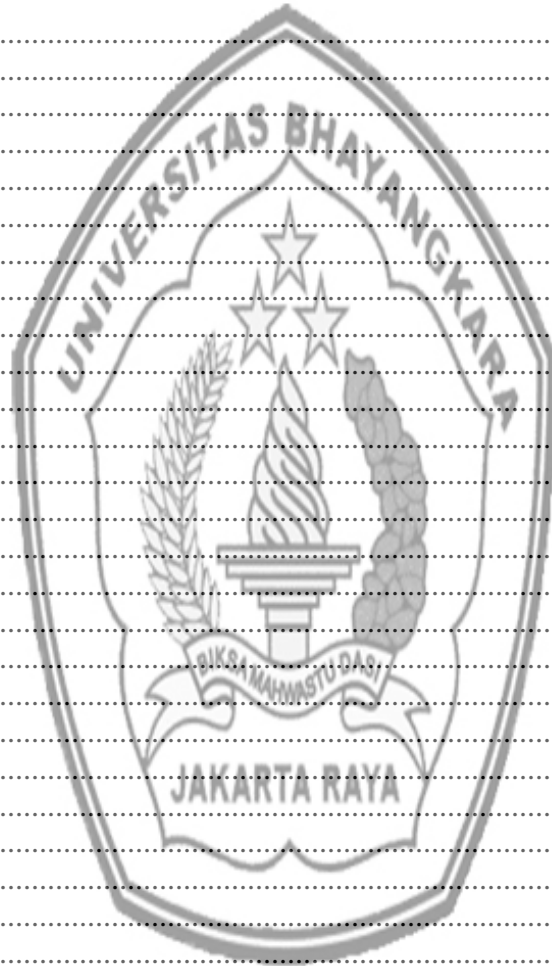
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	30
----------------------------	----

3.2. Paradigma Penelitian.....	32
3.3. Metodologi Penelitian.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Sampel.....	35
3.5. Operasional Variabel.....	37
3.6. Validas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1. Validas.....	41
3.6.2. Reliabilitas.....	42
3.7. Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.7.1. Validas.....	44
3.7.2. Reliabilitas.....	48
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.9. Teknik Analisa Data.....	50
3.10. Lokasi Penelitian.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Korean Culture Center.....	55
4.2 Analisa Karakteristik Responden.....	58
4.3 Deskripsi Variabel X dan Variabel Y.....	65
4.4 Uji Hipotesa.....	89
4.5 Pembahasan.....	93
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	40
Tabel 3.2.....	41
Tabel 3.3.....	43
Tabel 3.4.....	48
Tabel 4.1.....	53
Tabel 4.2.....	54
Tabel 4.3.....	54
Tabel 4.4.....	55
Tabel 4.5.....	56
Tabel 4.6.....	57
Tabel 4.7.....	58
Tabel 4.8.....	59
Tabel 4.9.....	60
Tabel 4.10.....	61
Tabel 4.11.....	62
Tabel 4.12.....	63
Tabel 4.13.....	64
Tabel 4.14.....	65
Tabel 4.15.....	66
Tabel 4.16.....	67
Tabel 4.17.....	68
Tabel 4.18.....	69
Tabel 4.19.....	70
Tabel 4.20.....	71
Tabel 4.21.....	72
Tabel 4.22.....	73
Tabel 4.23.....	74
Tabel 4.24.....	75
Tabel 4.25.....	76
Tabel 4.26.....	77
Tabel 4.27.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Curriculum Vitae*
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Tabulasi
- Lampiran 5 Form Aplikasi Anggota KCC

