



**PENGARUH MIKHA TAMBAYONG SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS PIXY LIP CREAM***

**(Survei Pada *Followers* akun *Instagram* @tutorialmakeup\_id)**

**SKRIPSI**

**INDAH SWARI ANDIRA**

**1310411022**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**



**PENGARUH MIKHA TAMBAYONG SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS PIXY LIP CREAM***

**(Survei Pada *Followers* akun *Instagram* @tutorialmakeup\_id)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**INDAH SWARI ANDIRA**

**1310411022**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan sumber yang di kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Indah Swari Andira  
NRP : 1310411022  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Tanggal : 7 Juli 2017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, tanggal 7 Juli 2017

Yang Menyatakan  
METERAI  
TEMPEL  
AEB608AEF421489470  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
(Indah Swari Andira)



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta serta yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Swari Andira

NRP : 1310411022

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Mikha Tambayong Sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Pixy Lip Cream. (Survei Pada Followers Akun Instagram @tutorialmakeup\_id)**

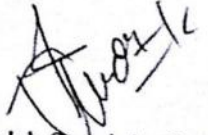
Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunann Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Juli 2017

Yang Menyatakan,

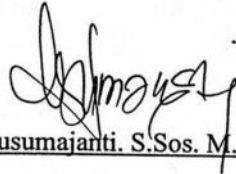
  
(Indah Swari Andira)

## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

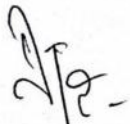
Nama : Indah Swari Andira  
NRP : 1310.411.022  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : PENGARUH MIKHA TAMBAYONG SEBAGAI  
*BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS  
PIXY LIP CREAM (Survei Pada Followers Akun Instagram .  
@tutorialmakeup\_id)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



Dr. Kusumajanti, S.Sos, M.Si

Ketua Penguji

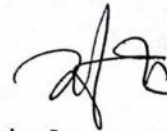


Damayanti, S.Sos, M.Si



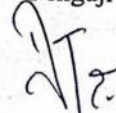
Dr. Anter Venus, M.A., Comm

Dekan



Ir. Drina Intyaswati, M.Si

Penguji II



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 7 Juli 2017

**PENGARUH MIKHA TAMBAYONG SEBAGAI SEBAGAI *BRAND*  
AMBASSADOR TERHADAP *BRAND AWARENESS* PIXY LIP CREAM  
(Survei pada *followers* akun *Instagram* tutorialmakeup\_id)**

**Indah Swari Andira**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang. Hadirnya *brand ambassador* Mikha Tambayong pada produk kosmetik Pixy Lip Cream merupakan hal yang menarik perhatian konsumen untuk membawa konsumen agar lebih mengetahui merek Pixy terutama Pixy Lip Cream. Penggunaan *brand ambassador* Pixy Lip Cream berbeda dari iklan kosmetik lainnya, karena Mikha Tambayong adalah seorang artis, model dan penyanyi yang bukan hanya dikagumi oleh pria, tetapi juga wanita terutama kalangan anak muda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Mikha Tambayong sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Awareness Pixy Lip Cream*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, periklanan, media massa, dan teori S-O-R. Definisi konsep yang digunakan yaitu, *brand ambassador* dan *brand awareness*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara *brand ambassador* dan *brand awareness*. Kesimpulannya adalah bahwa penelitian konsumen tentang pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand awareness* sangat berpengaruh.

**Kata Kunci** : *Brand ambassaor*, Pixy Lip Cream, *Brand Awareness*

**THE INFLUENCE OF MIKHA TAMBAYONG AS BRAND AMBASSADOR AGAINST  
BRAND AWARENESS PIXY LIP CREAM**

*(Survey on Instagram account tutorialmakeup\_id followers)*

**Indah Swari Andira**

**ABSTRACT**

*This research was conducted to address the existing problems in the background. Presence of a brand ambassador Mikhh Tambayong on Pixy Lip Cream cosmetic products is attracting the attention of consumers to bring consumers to better know the brand Pixy especially Pixy Lip Cream. The use of a brand ambassador Pixy Lip Cream is different from other cosmetic ads, because Mikha Tambayong is an artist, a model and singer, who is not only admired by men, but also women mainly among young children. The purpose of this research is to know is there any influence Brand Ambassador Mikha Tambayong against Brand Awareness Pixy Lip Cream. The theory used in this research is the theory of communication, advertising, mass media, and the theory of S-O-R. Definitions of the concepts used, namely, brand ambassador and brand awareness. The research approach used is a quantitative approach to the type of research eksplanatif. The technique of data collection is done by means of dissemination of the questionnaire. The sample used as many as 100 respondents. The results showed that there is a strong influence among the brand ambassador and brand awareness. The conclusion is that consumer research on the influence of a brand ambassador against brand awareness is very influential.*

**Key words:** *Brand ambassaor Pixy, Lip Cream, Brand Awareness*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul: **Peran Mikha Tambayong Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Awareness* Pixy Lip Cream (Survei pada *followers* akun *instagram* @tutorialmakeup\_id)**. Penulisan proposal ini diajukan untuk memenuhi syarat sebelum skripsi pada jurusan *Advertising* di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis menyadari, penulisan ini jauh dari sempurna. Diharapkan, proposal ini dapat penulis jadikan sebagai bahan acuan penulisan skripsi. Dalam kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

Kedua orang tua yang amat penulis sayangi, Bapak Ir. Budi Sukmono dan Ibu Sandra Yuza dan Adik, M. Aditya Dwiki Andira dan M. Gilang Juliansyah Tri Andira. Terima kasih pula atas dukungan yang tak pernah habis yang diberikan. Bapak Dr. Anter Venus, M.A., Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Ibu Damayanti S.Sos M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Ibu Ir. Drina Intyaswati, M.Si selaku Pembimbing Skripsi. Begitu juga buat rekan-rekan, Desy Karunia Fadilla S.Ikom, Dyah Dhanasawara Pramathana, Andhika Hidayat yang selalu mensupport. Begitu juga kepada Dewan Pendiri dan Dewan Penasihat UKM UFO (UPN Fotografi dan Videografi “Veteran” Jakarta), Bapak Fajar Basuki dan Bapak Soerya Dharma serta seluruh rekan-rekan UKM UFO. Pada akhirnya, penulis berharap semoga proposal skripsi ini semoga memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya, dan kerendahan hati, penulis menerima saran yang membangun atas penulisan ini.

Jakarta, Juli 2017

Indah Swari Andira



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penulisan .....	5
I.4 Manfaat Penulisan .....	6
I.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II    Kajian Teoritis</b>	
II.1 Penelitian Sebelumnya .....	8
II.2 Periklanan .....	8
II.2.1 Media Baru .....	9
II.2.2 Media Sosial .....	10
II.2.2.1 Layanan Media Sosial .....	11
II.3 Definisi Konsep .....	11
II.3.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	11
II.3.1.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	11
II.3.1.2 Manfaat <i>Brand Ambassaor</i> .....	12
II.3.2 <i>Brand Awareness</i> .....	13
II.4 Operasional Konsep .....	14
II.5 Hipotesis .....	14
II.6 Kerangka Berfikir .....	15
<b>BAB III   METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1 Pendekatan Penelitian .....	16
III.1.1 Jenis Penenelitian .....	16
III.1.2 Metode Penenelitian .....	17
III.2 Populasi dan Sampel .....	17
III.2.1 Populasi .....	17
III.2.2 Sampel .....	18
III.2.2.1 Teknik Penarikan Sampel .....	19
III.3 Metode Pengumpulan Data .....	20
III.4 Operasional Variabel .....	23
III.5 Teknik Analisis Data .....	29
III.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	29

III.5.1.1 Uji Validitas .....	29
III.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	33
III.6.2 Uji Korelasi .....	35
III.6.3 Uji Regresi .....	36
III.6.4 Koefisien Determinasi.....	36
III.6.5 Uji Hipotesis .....	37
III.6.6 Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
IV.1 Sejarah Perusahaan .....	39
IV.1.1 PT. Mandom Indonesia Tbk .....	39
IV.1.2 Visi dan Misi PT. Mandom Indonesia Tbk .....	40
IV.1.3 Logo PT. Mandom Indonesia Tbk.....	40
IV.2 Pixy Kosmetik .....	40
IV.2.1 Pixy Lip Cream.....	40
IV.3 Analisis Penelitian .....	41
IV.3.1 Karakteristik Responden .....	41
IV.3.2 Data Analisis Variabel X: <i>Brand Ambassador</i> .....	42
IV.3.3 Data Analisis Variabel Y: <i>Brand Awareness</i> .....	54
IV.3.4 Tabulasi Silang .....	68
IV.3.5 Uji Korelasi .....	68
IV.3.6 Uji Regresi.....	70
IV.3.7 Koefisien Determinasi .....	71
IV.3.8 Uji Hipotesis .....	72
IV.4 Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
V.1 Kesimpulan .....	75
V.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala <i>Likert</i> .....	22
Tabel 2 Operasional Variabel .....	28
Tabel 3 Uji Validitas Variabel X .....	31
Tabel 4 Uji Validitas Variabel Y .....	32
Tabel 5 Nilai Alpha Cronbach .....	34
Tabel 6 Uji Reliabilitas Variabel X .....	34
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	34
Tabel 8 Nilai Koefisien Korelasi .....	35
Tabel 9 waktu Penelitian.....	38
Tabel 10 Jenis Kelamin Responden .....	41
Tabel 11 Usia Responden .....	42
Tabel 12 Pernyataan Mengetahui Merek .....	42
Tabel 13 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	43
Tabel 14 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	43
Tabel 15 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	44
Tabel 16 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	45
Tabel 17 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	45
Tabel 18 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	46
Tabel 19 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	47
Tabel 20 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	47
Tabel 21 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	48
Tabel 22 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	49
Tabel 23 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	49
Tabel 24 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	50
Tabel 25 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13 .....	51
Tabel 26 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14 .....	51
Tabel 27 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15 .....	52
Tabel 28 Skala Interval Variabel X .....	53
Tabel 29 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	54
Tabel 30 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	55
Tabel 31 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	55
Tabel 32 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	56
Tabel 33 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	56
Tabel 34 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	57
Tabel 35 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	58
Tabel 36 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	58
Tabel 37 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	59
Tabel 38 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	60
Tabel 39 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	60
Tabel 40 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	61
Tabel 41 Skala Interval Variabel Y .....	63
Tabel 42 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Hubungan .....	63
Tabel 43 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kesesuaian .....	64
Tabel 44 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kredibilitas .....	64
Tabel 45 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Daya Tarik .....	65
Tabel 46 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kekuatan .....	65
Tabel 47 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Tidak Menyadari Merek .....	66
Tabel 48 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pengenalan Merek .....	66

Tabel 49 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mengingat Kembali Merek.....	67
Tabel 50 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Puncak Pemikiran .....	67
Tabel 51 Tabulasi Silang .....	68
Tabel 52 Nilai Koefisien Korelasi .....	69
Tabel 53 Hasil Uji Korelasi .....	69
Tabel 54 Uji Regresi .....	70
Tabel 55 Koefisien Determinasi .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	14
Gambar 2 Kerangka Berfikir .....	15
Gambar 3 Populasi <i>Followers</i> @tutorialmakeup_id.....	18
Gambar 4 Logo PT.Mandom Indonesia Tbk .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Company Profile PT. Mandom Indonesia Tbk
- Lampiran 2 Profile Pixy
- Lampiran 3 Surat Permohonan Skripsi
  - A2.2 Kegiatan Konsultasi Skripsi
  - A5 Tanda Persetujuan Ujian Skripsi
- Lampiran 4 Surat Riset
- Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 6 Ijazah SMA
- Lampiran 7 KHS
- Lampiran 8 Print Out Pembayaran Mahasiswa
- Lampiran 9 TOEFL
- Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Pinjaman Perpustakaan FISIP
- Lampiran 11 Kuesioner
- Lampiran 12 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner