



**PENGARUH KREDIBILITAS RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*  
*AMBASSADOR* CALPICO FREZZ TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KONSUMEN (SURVEI PADA SISWA/ SISWI KELAS 2 SMA NEGERI 12  
DEPOK)**

**SKRIPSI**

**CHELY APRILIANA MALIP**

**1210411194**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2016**



**PENGARUH KREDIBILITAS RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*  
*AMBASSADOR* CALPICO FREZZ TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KONSUMEN (SURVEI PADA SISWA/ SISWI KELAS 2 SMA NEGERI 12  
DEPOK)**

**SKRIPSI**

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

**CHELY APRILIANA MALIP**

**1210411194**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2016**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Chely Apriliana Malip

NRP : 1210.411.194

Tanggal : 20 Juli 2016

Bila mana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



( Chely Apriliana Malip)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Chely Apriliana Malip  
NRP : 1210.411.194  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1- Komunikasi / Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Kredibilitas Raditya Dika sebagai *Brand Ambassador* Calpico Frezz terhadap *Brand Awareness* Konsumen (Survei pada Siswa/ siswi kelas 2 SMA Negeri 12 Depok).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembanguna 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

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Agustus 2016

Yang menyatakan,



(Chely Apriliana Malip)

## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Chely Apriliana Malip

NRP : 1210411194

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengaruh Kredibilitas Raditya Dika sebagai *Brand Ambassador* Calpico Frezz terhadap *Brand Awareness* Konsumen (survei pada siswa/ siswi kelas 2 SMA Negeri 12 Depok)**

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

**Dr. Masayu S. Hanim, M.Si**

Ketua Penguji

**Damayanti, M.Si**

Penguji I

**Dra. Widvastuti, M.Si**

Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Fredy B.L. Tobing**

DEK Dekan

**Damayanti, M.Si**

Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 Juli 2016

**PENGARUH KREDIBILITAS RADITYA DIKA SEBAGAI *BRAND*  
AMBASSADOR CALPICO FREZZ TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KONSUMEN (SURVEI PADA SISWA/ SISWI KELAS 2 SMA NEGERI  
12 DEPOK)**

**Chely Apriliana Malip**

**Abstrak**

Latar belakang dalam penelitian ini membahas tentang tingginya konsumen mengkonsumsi minuman susu berfermentasi. PT Calpis masuk dengan produk minuman susu berfermentasi pertama yang menyegarkan yaitu Calpico Frezz. Salah satu kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Calpico Frezz adalah dengan beriklan di televisi untuk membentuk *brand awareness* dibenak konsumen. Tujuan penelitian untuk mengukur seberapa besar pengaruh kredibilitas *brand ambassador* terhadap *brand awareness* konsumen (survei pada siswa/siswi kelas 2 SMA Negeri 12 Depok). Teori yang digunakan adalah teori AIDA, yaitu perhatian, minat, keinginan, menggunakan yang dihubungkan dengan *brand awareness*. Kerangka teori berisi konsep teori mengenai, periklanan, iklan televisi, kredibilitas *brand ambassador* dan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatif dengan metode survei ke lapangan dengan menyebarkan kuesioner sebagai bahan penelitian. Penelitian ini di ambil dari siswa/ siswi kelas 2 SMA Negeri 12 Depok. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t hitung  $5.715 > t$  tabel 1.66980, artinya terdapat pengaruh kredibilitas Raditya Dika sebagai *brand ambassador* calpico frezz terhadap *brand awareness* konsumen bagi siswa/siswi kelas 2 SMA 12 Depok. Saran agar PT Calpis Indonesia dapat menyesuaikan pemilihan *brand awareness* dengan target pasar yang ingin dicapai untuk membentuk *brand awareness* yang sesuai dengan keinginan perusahaan.

**Kata kunci** : Kredibilitas, *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*

**THE INFLUENCE OF CREDIBILITY RADITYA DIKA AS THE *BRAND  
AMBASSADOR CALPICO FREZZ TO BRAND AWARENESS  
CONSUMERS (SURVEY CONDUCTED IN STUDENTS GRADE 2  
PUBLIC SMA 12 DEPOK)***

**Chely Apriliana Malip**

**Abstract**

The background in this study talk about the high consumers consume milk drinks ferment. Pt calpis in to the product milk drinks ferment first that refreshes namely calpico frezz. One of the activities advertising done by calpico frezz is to advertise on television to form brand awareness to consumers. Research objectives to measure the relationship the credibility of the brand ambassador against brand awareness consumers ( a study of students grade 2 high schools 12 depok ). The theory used s a theory AIDA , namely attention , interest , desire , action with the brand awareness. The framework of the theory contains the concept of the theory about, advertising, television advertising, credibility brand ambassador and brand awareness. With the definition the credibility of the brand ambassador, brand awareness. Research methodology used is the method quantitative research using the kind of research eksplanatif with a method of surveying to a court with spread the questionnaire as a research. his research in extract of students grade 2 public sma 12 depok. The result of research obtained value t count 5.715 > t table 1.66980, it means is the credibility raditya dika as the brand ambassador calpico frezz to brand awareness consumers for students grade 2 high school 12 depok. Suggestions to make pt calpis indonesia can adjust election brand awareness with the market target of to be achieved to form brand awareness that in conformity with the wish company.

**Keywords** : Credibility, Brand Ambassador, Brand Awareness

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak April 2016 adalah Pengaruh Kredibilitas Raditya Dika sebagai *Brand Ambassador* Calpico Frezz terhadap *Brand Awareness* Konsumen (Survei pada siswa/siswi kelas 2 SMA 12 Depok). Terimakasih penulis ucapkan kepada Ibu Widiyastuti M, Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orangtua, adik, serta seluruh keluarga yang meberikan semangat dan doanya. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari masih ada kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk meningkatkan mutu dan kualitas penulisan skripsi ini.

Jakarta, 20 Juli 2016

Chely Apriliana Malip



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDLUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	7
I.3 Tujuan Penelitian .....	7
I.4 Manfaat Penelitian .....	7
I.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
II.1 Teori Dasar .....	10
II.2 Definisi Konsep .....	14
II.3 Operasional Konsep .....	19
II.4 Kerangka Berfikir .....	19
II.5 Hipotesis .....	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN .....	21
III.1 Pendekatan .....	21
III.2 Jenis Penelitian .....	21
III.3 Metode Penelitian .....	21
III.4 Populasi dan Sampel .....	22
III.5 Teknik Penarikan Sampel .....	23
III.6 Metode Pengumpulan Data .....	23
III.7 Oprasionalisasi Variabel .....	24
III.8 Metode Analisis Data .....	25
III.9 Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	33
IV.1 Profil Perusahaan .....	33
IV.2 Sejarah Calpico .....	34
IV.3 Produk Calpico Frezz .....	35
IV.4 Karakteristik Responden .....	36
IV.5 Analisis Pernyataan Variabel X .....	37
IV.6 Analisis Pernyataan Variabel Y .....	42
IV.7 Analisis Data .....	49

IV.8	Uji Kolerasi .....	52
IV.9	Uji Koefisien Determinasi .....	53
IV.10	Uji Regresi .....	53
IV.11	Hipotesis .....	54
IV.12	Analisis Pembahasan .....	55
BAB V	PENUTUP .....	58
V.1	Kesimpulan .....	58
V.2	Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		61
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pengukuran Variabel .....	24
Tabel 2	Skala Likert .....	26
Tabel 3	Uji Validitas Variabel X .....	27
Tabel 4	Uji Validitas Variabel Y .....	28
Tabel 5	Alpha Cronbach .....	29
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variabel X .....	29
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel Y .....	29
Tabel 8	Pearson's Product Moment Correlation .....	30
Tabel 9	Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
Tabel 10	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 11	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	37
Tabel 12	Pernyataan 1 .....	37
Tabel 13	Pernyataan 2 .....	38
Tabel 14	Pernyataan 3 .....	38
Tabel 15	Pernyataan 4 .....	39
Tabel 16	Pernyataan 5 .....	39
Tabel 17	Pernyataan 6 .....	40
Tabel 18	Pernyataan 7 .....	40
Tabel 19	Pernyataan 8 .....	41
Tabel 20	Pernyataan 9 .....	41
Tabel 21	Pernyataan 10 .....	41
Tabel 22	Pernyataan 11 .....	42
Tabel 23	Pernyataan 12 .....	42
Tabel 24	Pernyataan 13 .....	43
Tabel 25	Pernyataan 14 .....	43
Tabel 26	Pernyataan 15 .....	44
Tabel 27	Pernyataan 16 .....	44
Tabel 28	Pernyataan 17 .....	45
Tabel 29	Pernyataan 18 .....	45
Tabel 30	Pernyataan 19 .....	46
Tabel 31	Pernyataan 20 .....	46
Tabel 32	Pernyataan 21 .....	47
Tabel 33	Pernyataan 22 .....	47
Tabel 34	Pernyataan 23 .....	48
Tabel 35	Pernyataan 24 .....	48
Tabel 36	Pernyataan 25 .....	49
Tabel 37	Kredibilitas Brand Ambassador .....	50
Tabel 38	Brand Awareness Konsumen .....	52
Tabel 39	Uji Kolerasi Kredibilitas Brand Ambassador terhadap Brand Awareness .....	52
Tabel 40	Uji Koefisien Determinasi .....	53
Tabel 41	Uji Regresi .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Calpico Frezz.....	4
Gambar 2 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	17
Gambar 3 Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 4 Logo PT Calpis Indonesia .....	33
Gambar 5 Produk Calpico Frezz .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Form. Kegiatan Konsultasi Skripsi (A2.2)
Lampiran 3	Form. Tanda Persetujuan Skripsi (A5)
Lampiran 4	Surat Permohonan Riset
Lampiran 5	Surat Keterangan Setelah Riset
Lampiran 6	Kartu Hasil Studi (KHS)
Lampiran 7	Ijazah
Lampiran 8	Foto Copy Test TOEFL
Lampiran 9	Foto Copy Transkrip Bayaran Semester Awal s.d Akhir
Lampiran 10	Surat Keterangan Bebas Pinjam Perpustakaan
Lampiran 11	Kuesioner
Lampiran 12	Tabel Instrumen Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>
Lampiran 13	Tabel Instrumen <i>Brand Awareness</i>
Lampiran 14	Tabel r
Lampiran 15	Tabel t
Lampiran 16	Hasil Dokumentasi Penyebaran Kuesioner