

PERAN BRAND AMBASSADOR LEE MINHO DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS PADA SKINCARE AZARINE COSMETIC

SKRIPSI



OLEH

JASMINE ADINDA PRATITI

NPM : 18043010161

KEMENTRIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Penelitian : PERAN BRAND AMBASSADOR LEE MINHO
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA SKINCARE
AZARINE COSMETIC**

Nama Mahasiswa : Jasmine Adinda Pratiti

NPM : 18043010161

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Heidv Arviani, S.Sos.MA
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,

DEKAN



DR. Catur Suratno Aji. M, Si

NIP. 196804182021211006

Lembar Pengesahan

**PERAN BRAND AMBASSADOR LEE MINHO DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS PADA SKINCARE AZARINE COSMETIC**

Oleh:

JASMINE ADINDA PRATITI

18043010161

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 8 Juli 2024**

Pembimbing Utama



Heidy Arviani, S.Sos.MA
NIP. 198511072018032001

Tim Penguji

1. Ketua



Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si
NIP. 197410132021212005

2. Sekretaris



Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198501082018032001

3. Anggota



Heidy Arviani, S.Sos.MA
NIP. 198511072018032001

DEKAN FISIP

DR. Catur-Suratno Aji, M. Si

SURATPERNYATAAN BEBASPLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jasmine Adinda Pratiti
NPM : 18043010161
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas :Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan

A yellow rectangular stamp with a green border. It features a portrait of a man in the center. To the left of the portrait, the text 'REPUBLIK INDONESIA' is written vertically. Below the portrait, the text '1000' is printed in large, bold, black numbers. At the bottom of the stamp, the text 'METERAI TEMPEL' and the number '246 54 LX009159167' are printed.

Jasmine Adinda Pratiti

18043010161

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “PERAN AKTOR LEE MINHO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PADA AZARINE COSMETIC DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS”. Proposal skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan lulus pada program Strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Sehingga pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak IR. H Didiek Tranggono, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mendukung penuh dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini. Dan tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah rezeki dan kesehatan kepada peneliti sekeluarga sehingga peneliti selalu diberikan kelancaran dari awal perkuliahan hingga proposal penelitian ini rampung
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dr. Syafrida N. F., M. Med. Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

5. Keluarga yang telah memberikan cinta dan kasih kepada penulis, membiayai kuliah penulis, memberikan nasihat, mendoakan selalu yang terbaik untuk penulis.
6. Terima kasih untuk teman-teman seperjuanganku, yang pernah membantu dalam proses penyusunan skripsi. Semoga kesuksesan dan kebahagiaan selalu menyertai kalian.

Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan berbagai bidang ilmu pengetahuan. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Penulis

DAFTAR ISI

<i>BAB I</i>	<i>I</i>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<i>BAB II</i>	<i>12</i>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2 Promotion Mix.....	19
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	26
2.2.4 Brand (merek).....	27
2.2.5 Brand Awareness.....	28
2.2.6 Brand Ambassador.....	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	35
<i>BAB III</i>	<i>37</i>
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Definisi Konseptual.....	42
3.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	42
3.2.2 Brand Ambassador.....	45
3.3 Lokasi Penelitian.....	47
3.4 Objek Penelitian.....	48
3.5.1 Teknik Penentuan Informan.....	48

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.2 Teknik Analisis Data.....	49
<i>BAB IV</i>	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Identitas Informan.....	62
4.3 Penyajian Data dan Analisis	63
4.3.1 Penggunaan <i>Brand Ambassador</i> Pada @azarinecosmetic.....	64
<i>BAB V</i>	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	82

ABSTRAK

PERAN BRAND AMBASSADOR LEE MINHO DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA AZARINE COSMETIC

Jasmine Adinda Pratiti (18043010161)

Merek *skincare* sudah cukup berkembang dan saling menunjukkan kualitas terbaik dari masing-masing merek. Azarine Cosmetics mengeluarkan produk-produk yang dapat membantu permasalahan kulit pada setiap orang. Tidak hanya untuk pada kaum perempuan saja, namun pada kaum laki-laki pun juga dapat menggunakan produk *skincare*. Meski masih tabu, namun Azarine Cosmetics ingin memaparkan bahwa semua *gender* dapat menggunakan *skincare*. *Brand ambassador* disini berfungsi untuk menggambarkan bahwa seorang Lee Minho pun juga menggunakan *skincare* yang mana pada dasarnya *skincare* tidak membedakan siapa pengguna nya berdasarkan *gender*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori brand ambassador berdasarkan Lea Greenwood. Dengan adanya pemakaian *brand ambassador* dapat meningkatkan citra merek di mata masyarakat dan seberapa dalam seseorang mengetahui keberadaan merek tersebut dengan menggunakan sosok *brand ambassador* ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Awareness, Skincare*

ABSTRACT

THE ROLE OF BRAND AMBASSADOR LEE MINHO IN BUILDING BRAND AWARENESS AT AZARINE COSMETIC

Jasmine Adinda Pratiti (18043010161)

Skincare brands have developed quite well and show each other the best qualities of each brand. Azarine Cosmetics releases products that can help everyone's skin problems. Not only for women, but men can also use skincare products. Even though it is still taboo, Azarine Cosmetics wants to explain that all genders can use skincare. The brand ambassador here functions to illustrate that Lee Minhø also uses skincare, which basically does not differentiate between users based on gender. This research uses a qualitative descriptive method with in-depth interview data collection techniques. The theory used in this research is brand ambassador theory based on Lea Greenwood. Using a brand ambassador can improve the brand image in the public and how deeply someone knows about the existence of the brand by using this brand ambassador figure.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Awareness, Skinc*

