

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR ROSSA MELALUI  
IKLAN BODREX TERHADAP CITRA DI MATA KHALAYAK  
DESA PEDAMARAN V LEBUH RARAK PROVINSI  
SUMATERA SELATAN**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Srata (S1) Program Ilmu  
Komunikasi



**Dinal Solehan Nugraha**

**181910031**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS HUMANIORA**

**UNIVERSITAS BINA DARMA**

**PALEMBANG**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR ROSSA MELALUI IKLAN BODREX  
TERHADAP CITRA DI MATA KHALAYAK DESA PEDAMARAN V LEBUHI  
RARAK PROVINSI SUMATERA SELATAN**

**DINAL SOLEHAN NUGRAHA**

**181910031**

**SKRIPSI**

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**Menyetujui,**

Palembang, 23 September 2023

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi  
Sosial Humaniora,



(Nuzsep Almigo, S.Psi., M.si., Ph.D.)

Ketua Program Studi,



(Dr. Dedy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk di pertahankan pada ujian skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Nama : **Dinal Solehan Nugraha**  
NIM : 181910031  
Fakultas : Sosial Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Rossa Melalui Iklan Bodrex Terhadap Citra Di Mata Khalayak Desa Pedamaran V Lebuh Rarak Provinsi Sumatera Selatan

**Menyetujui**  
**Dosen Pembimbing**



**Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**




**Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul "PENGARUH BRAND AMBASSADOR ROSSA MELALUI IKLAN BODREX TERHADAP CITRA DI MATA KHALAYAK DESA PEDAMARAN V LEBUH RARAK PROVINSI SUMATERA SELATAN" Oleh "Dinal Solchan Nugraha". Telah di Pertahankan di depan Komisi penguji pada hari senin tanggal 09 September 2023.

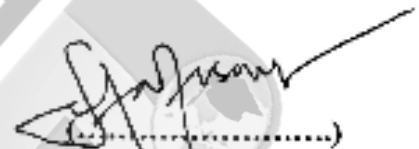
### Komisi Penguji

1. Ketua : Dr. Rahma Sauthi Zinaida, S.Si., M.I.Kom



(.....)

2. Anggota : Dr. Moh.Hafizni, M.I.Kom



(.....)

3. Anggota : Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom



(.....)

Mengetahui,  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sosial Humaniora  
Universitas Bina Darma  
Ketua,



Universitas Bina Darma  
Fakultas Sosial Humaniora

Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinal Solehan Nugraha

NIM : 181910031

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis Saya (tugas akhir/skripsi/tesis) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (ahli madya/sarjana/magister) di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lain;
2. karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar rujukan;
4. Saya bersedia tugas akhir/skripsi/tesis, yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara daring;
5. surat pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 25 September 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Dinal Solehan Nugraha

NIM: 181910031

## ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of Brand Ambassador Rossa through Bodrex Ads on the Image in the Eyes of the Audience of Pedamaran V Lebu Rarak Village, South Sumatra Province. The object used in this research is everyone who has ever watched a Bodrex advertisement entitled "BODREX-TEGARSATULAH BANGSAKU" This research uses a quantitative method, which is a research method based on the philosophy of positivism, used to collect a certain group of people or samples, collect data using research instruments. The research method used in this research is a quantitative survey method. The results of this study are based on the T test, it is known that the significant value is 0.000, which means it is smaller than 0.05, and the value on t-count: 1.973, while the t-table in this study is 1.664 meaning that t-count is greater than t-table. Based on the 2 basic decision making above, it can be concluded that the independent variable (Brand Ambassador X) has an influence and is significant on the dependent variable (Brand Image Y). Which means Brand Ambassador Rossa influences Brand Image Bodrex.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Brand Image, Bodrex*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador* Rossa Melalui Iklan Bodrex Terhadap Citra Di mata Khalayak Desa Pedamaran V Lebu Rarak Provinsi Sumatera Selatan Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang yang yang sudah pernah menonton tayangan iklan Bodrex yang berjudul “BODREX-TEGAR BERSATULAH BANGSAKU” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *survey* yang bersifat kuantitatif, Hasil penelitian ini berdasarkan uji T diketahui nilai signifikannya 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0.05, dan nilai pada t-hitung: 1.973, sedangkan t-tabel pada penelitian ini 1,664 artinya t-hitung lebih besar dari t-tabel. Berdasarkan dari 2 dasar pengambilan keputusan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (*Brand Ambassador X*) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat (*Brand Image Y*). Yang artinya *Brand Ambassador Rossa* mempengaruhi *Brand Image* Bodrex.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador, Citra Merk, Bodrex*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- ❖ Kebaikan seorang ayah lebih tinggi daripada gunung dan kebaikan seorang ibu lebih dalam dari lautan.
- ❖ Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang mampu berguna bagi orang banyak.

### PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Atas Rahmat Dan Hidayah-Nya Allah Swt Akhirnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. karya sederhana ini kupersembahkan:

- Allah SWT
- Kedua Orang Tua Tercinta, Terima kasih atas semangat dan suport yang diberikan, serta tiada henti mendoakan anaknya untuk sukses terus berguna bagi orang banyak.
- Keluarga besar maupun saudara-saudariku.
- Pembimbing Ter-Sabar Ibu Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom
- Calon jodoh masa depanku (N)
- Teman-teman seperjuangan (RTB dan IK-2018)



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Dinal Solehan Nugraha  
Tempat/Tanggal Lahir : Pedamaran, 09 Oktober 1998  
Alamat : Desa Pedamaran VI  
Email : dinal.walker98@gmail.com  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
No. Telepon/Hp : 081278344722

### **Pendidikan Formal**

Tahun 2004-2010 : SD N 01 Pedamaran  
Tahun 2010-2013 : SMP N 01 Pedamaran  
Tahun 2013-2016 : SMA N 01 Pedamaran  
Tahun 2018-Sekarang : Universitas Bina Darma

### **Pendidikan Non Formal**

Tahun 2018 : Peserta Charater Building Program “Slef  
Indenfication”  
Tahun 2021 : Kuliah Kerja Nyata (KKN) Banding Agung OKUS

## KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan Karunia-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan benar, guna untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar strata (1) Ilmu komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma. Skripsi ini berjudul *“Pengaruh Brand Ambassador Rossa Melalui Iklan Bodrex Terhadap Citra Di Mata Khalayak Desa Pedamaran V Lebu Rarak Provinsi Sumatera Selatan”*.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya masih jahu dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu untuk melengkapi kesempurnaan dari penulisan skripsi ini diharapkan adanya saran dan kritik yang diberikan bersifat membangun.

Pada kesempatan yang baik ini, tak lupa penulis menghaturkan rasa terima kasih banyak kepada semua pihak-pihak yang telah terlibat memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat dan pemikiran dalam penulisan skripsi ini, terutama:

1. Ibu Rektor Universitas Bina Darma Palembang Prof. Dr. Sunda Ariana, M. Pd., M.M.
2. Bapak Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph. D., selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.

3. Ibu Dr. Desy Misnawati S.Sos., M.I.Kom., selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan sabar membimbing serta memberi masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Orang tua tercinta, keluarga besar, saudara-saudaraku, dan seluruh teman-teman yang selalu senantiasa memberi masukan serta dorongan.
6. Kepada masyarakat Pedamaran V Lebu Rarak yang mana berkat antusias dari masyarakat Pedamaran V penelitian dapat terselesaikan.
7. Kepada pihak-pihak yang terlibat, saya ucapkan terima kasih banyak atas bantuan dan do'a restu.

Palembang, 25 Sep 2023

Dinal solehan nugraha  
181910031

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN .....	v
ABSTRACK .....	vi
ABSTRAK .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1. Teoritis .....	9
1.5.2. Praktis.....	10
1.6. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Kerangka Teoritis .....	11
2.1.1. Teori Jarum Suntik ( <i>Hypodermic Needle Theory</i> ).....	11
2.2. <i>Brand Ambassador</i> .....	12
2.2.1. Fungsi Penggunaan <i>Brand Ambassador</i> .....	13

2.2.2.	<i>Model Viscap</i> .....	14
2.3.	Iklan.....	15
2.3.1.	Peran Iklan .....	16
2.3.2.	Iklan Persuasif.....	17
2.3.3.	Fungsi Iklan.....	17
2.3.4.	Daya Tarik Iklan .....	18
2.4.	<i>Brand Image</i> .....	20
2.4.1.	Faktor Pengaruh <i>Brand Image</i> .....	21
2.4.2.	Pembentukan <i>Brand Image</i> .....	21
2.4.3.	Peran <i>Brand Image</i> .....	22
2.5.	Kerangka Konseptual .....	23
2.5.1.	Komunikasi Massa.....	23
2.5.2.	Persepsi .....	24
2.5.3.	Khalayak .....	24
2.6.	Kerangka Pemikiran .....	27
2.7.	Hipotesis .....	27
BAB III .....		29
METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1.	Objek Penelitian .....	29
3.2.	Metode Penelitian.....	29
3.3.	Variabel Penelitian .....	29
3.3.1.	Variabel Independent (Variabel Bebas).....	30
3.3.3.	Skala Pengukuran Variabel.....	31
3.4.	Populasi Dan Sampel.....	32
3.4.1.	Populasi.....	32
3.4.2.	Sampel.....	33
3.5.	Sumber Data .....	34
3.5.1.	Data Primer .....	34
3.5.2.	Data Sekunder .....	35
3.6.	Unit Analisis.....	35
3.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	35

3.7.1.	Teknik Uji Instrumen .....	36
3.8.	Teknik Analisis Data .....	38
3.8.1.	Analisis Deskriptif .....	38
3.8.2.	Uji Normalitas .....	38
3.8.3.	Uji Linieritas .....	39
3.8.4.	Regresi Linier Sederhana .....	39
3.9.	Pengujian Hipotesis .....	40
3.9.1	Uji T .....	40
3.9.2.	Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	41
BAB IV	.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	42
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	42
4.2.	Bodrex .....	43
4.2.1	Sejarah dan Produk <i>Brand</i> Bodrex.....	43
4.2.2.	Pasar ( <i>Market</i> ).....	45
4.2.3.	Pencapaian ( <i>Achievement</i> ) .....	45
4.2.4.	Nilai-Nilai Merek .....	46
4.3.	Rossa .....	47
4.3.1.	Citra dan Keartisan Rossa .....	48
4.3.2.	Pengaruh dan Penghargaan Rossa.....	48
4.3.3.	Kolaborasi Rossa Dengan <i>Brand</i> Bodrex .....	49
4.4.	Hasil Penelitian.....	51
4.5.	Pengambilan Sampel dari Populasi .....	51
4.6.	Karakteristik Responden .....	52
4.7.	Analisis Deskripsi Penelitian.....	56
4.7.1.	Analisis Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	56
4.7.2.	Analisis Variabel Iklan.....	59
4.7.3.	Analisis Variabel <i>Brand Image</i> .....	63
4.8.	Pengujian Instrumen .....	66
4.8.1.	Uji Validitas Data.....	66
4.8.2.	Uji reliabelitas data .....	68

4.9.	Uji Asumsi Dasar .....	69
4.9.1.	Uji Normalitas Data .....	69
4.9.2.	Uji Linieritas .....	70
4.10.	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	71
4.11.	Pengujian Hipotesis .....	73
4.11.1.	Uji T .....	73
4.11.2.	Uji Koefisien Determinasi .....	74
4.12.	Pembahasan .....	76
BAB V	.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	78
5.1.	Kesimpulan.....	78
5.2.	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	.....	81
LAMPIRAN 1	.....	84
DATA KUESIONER	.....	84
LAMPIRAN 2	.....	89
DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER	.....	89
LAMPIRAN 3	.....	90
TABULASI RESPONDEN	.....	90
LAMPIRAN 4	.....	93
HASIL OLAH DATA BY <i>MICROSOFT EXCEL</i> DAN <i>SPSS</i> VERSI 25 .....		93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo PT Tempo Scan Pacifik Tbk .....	42
Gambar 4.2	Logo <i>Brand</i> Bodrex .....	43
Gambar 4.3	Rossa.....	47
Gambar 4.4	<i>Brand Ambassador</i> Bodrex Rossa.....	49
Gambar Lampiran 2.1	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner .....	89
Gambar Lampiran 2.2	Dokumentasi Penyebaran kuesioner.....	89





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Rancangan Kerangka Pemikiran Secara Gambar.....	27
Tabel 3.1	Variabel Bebas <i>Brand Ambassador</i> (X).....	30
Tabel 3.2	Variabel Terikat <i>Brand Image</i> (Y).....	31
Tabel 3.3	Pengambilan Data Skala Likert Sebagai Berikut: .....	32
Tabel 3.4	Diagram Populasi .....	33
Tabel 4.1	Data Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 4.2	Data Umur Responden .....	54
Tabel 4.3	Data Pekerjaan Responden .....	55
Tabel 4.4	Data Katagori Interval .....	56
Tabel 4.5	Skala Indikator <i>Visibility</i> .....	57
Tabel 4.6	Skala Indikator <i>Creadibility</i> .....	57
Tabel 4.7	Skala Indikator <i>Attraction</i> .....	58
Tabel 4.8	Skala Indikator <i>Creadibility</i> .....	58
Tabel 4.9	Skala Indikator Umum .....	59
Tabel 4.10	Skala Indikator <i>Music</i> atau <i>Jingle</i> .....	60
Tabel 4.11	Skala Indikator <i>Storyboard</i> .....	60
Tabel 4.12	Skala Indikator <i>Copy</i> atau <i>Script</i> .....	61
Tabel 4.13	Skala Indikator <i>Endorser</i> .....	61
Tabel 4.14	Skala Indikator <i>Signature Slogan</i> atau <i>Strapline</i> .....	62
Tabel 4.15	Skala Indikator Logo .....	62
Tabel 4.16	Skala Indikator Kekuatan Asosiasi Merek .....	63
Tabel 4.17	Skala Indikator Manfaat Asosiasi Merek .....	64
Tabel 4.18	Skala Indikator Keunikan Asosiasi Merek.....	65
Tabel 4.19	Uji Validitas Data .....	67
Tabel 4.20	Uji Reliabelitas Data.....	68
Tabel 4.21	Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4.22	Uji Linieritas .....	71
Tabel 4.23	Uji Regresi Linier Sederhana .....	72
Tabel 4.24	Uji T.....	74
Tabel 4.25	Uji Koefisien Determinasi .....	75
Tabel 4.26	Diagram Pengaruh <i>Brand Image</i> Bodrex .....	75