

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Karakteristik *Brand Ambassador* Boyband BTS
Terhadap *Brand Image* Gojek Pada Akun Twitter
@ARMYTEAMIID

Nama : Riska Yuliani Putri

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Perkembangan teknologi semakin maju dan inovasi baru terus bermunculan, salah satunya ada inovasi teknologi seperti ojek *online*. Perusahaan ojek *online* semakin beragam dan persaingan semakin ketat membuat perusahaan berlomba untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat. Salah satu perusahaan Indonesia yang menyediakan jasa transportasi ojek *online* adalah PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Salah satu cara yang digunakan Gojek dalam mengalahkan pesaingnya adalah dengan menggandeng *Brand Ambassador* dari Korea Selatan yaitu Boyband BTS. Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh karakteristik *Brand Ambassador* Boyband BTS terhadap *Brand Image* Gojek. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Stimulus Organism Respons (SOR). Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dan pendekatan kuantitatif deskriptif kausal dengan metode survey. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* akun Twitter @ARMYTEAMIID dengan sampel 100 orang dan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan hasil variabel X (Karakteristik *Brand Ambassador*) sebesar 91% dan variabel Y (*Brand Image* Gojek) sebesar 87%. Penelitian ini memiliki hasil sebesar 55% dan sisanya 45% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Karakteristik *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Boyband BTS, Gojek

ABSTRACT

Title : *The Effect of Brand Ambassador Boyband BTS Characteristics on Gojek Brand Image on @ARMYTEAMIID Twitter Account*

Name : Riska Yuliani Putri

Study Program : *Public Relations*

Technological developments are increasingly advanced and new innovations continue to emerge, one of which is technological innovation such as online motorcycle taxis. Online motorcycle taxi companies are increasingly diverse and the competition is getting tougher, making companies compete to get a positive image from the public. One of the Indonesian companies that provide online motorcycle taxi transportation services is PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. One of the methods used by Gojek in defeating its competitors is by collaborating with the Brand Ambassador from South Korea, namely Boyband BTS. This research was conducted to see how much influence the characteristics of the BTS Boyband Brand Ambassador have on Gojek's Brand Image. The theory used in this study is the Stimulus Organism Response (SOR) theory. This study uses a positivist paradigm and a causal descriptive quantitative approach with survey methods. The population in this study were followers of the Twitter account @ARMYTEAMIID with a sample of 100 people and the sample was taken using a purposive sampling method. This study uses descriptive data analysis with the results of variable X (Brand Ambassador Characteristics) of 91% and variable Y (Brand Image Gojek) of 87%. This study has a yield of 55% and the remaining 45% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Brand Ambassador Characteristic, Brand Image, Boyband BTS, Gojek*