

Brand Ambassador Oh Sehun Pada Produk Whitelab Di Media Sosial Instagram

Oleh:

Elfira Armilia

Nur Maghfirah Aesthetika S.Sos., M.Med.Kom

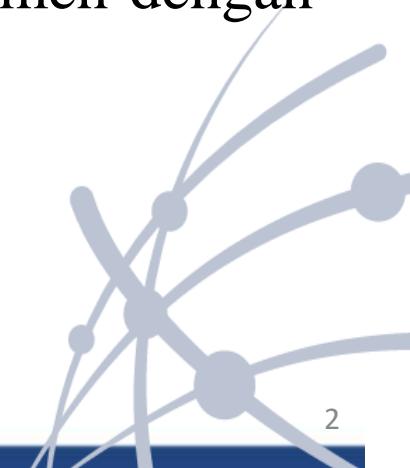
Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2025

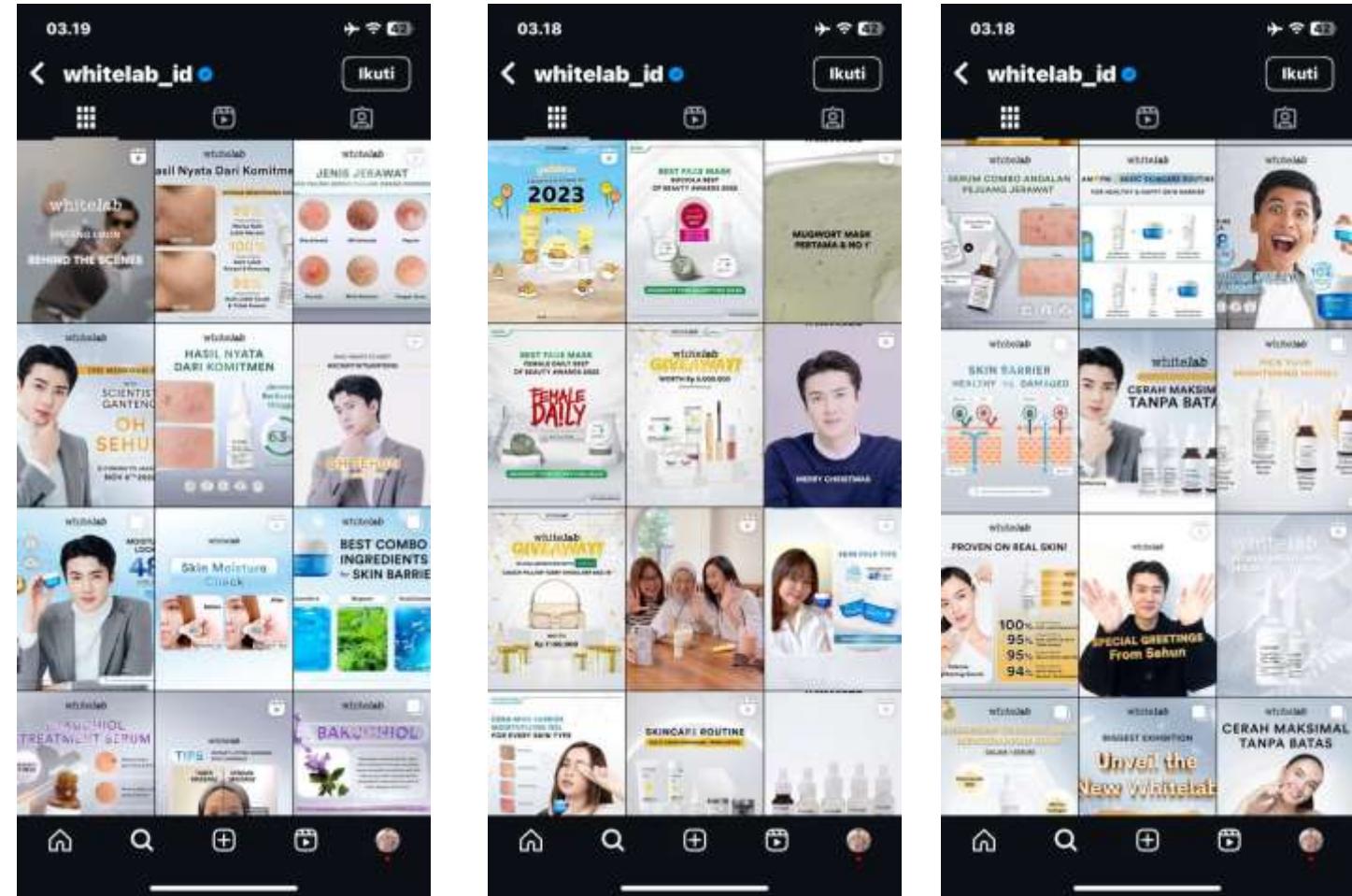
Latar belakang masalah

- Brand Ambassador merupakan sistem yang berguna untuk perusahaan agar terhubung dengan konsumen dalam meningkatkan penjualan.
- Kehadiran Brand Ambassador sering kali dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sebuah produk, terutama jika seseorang selebriti yang dipilih memiliki pengaruh besar dan reputasi baik.
- Media sosial Instagram di pilih produk Whitelab sebagai platform promosi yang menarik dan lengkap.
- Whitelab memanfaatkan kehadiran Oh Sehun untuk menarik perhatian konsumen dengan tagar #WhitelabXSehun.



Latar belakang masalah

Akun Instagram Whitelab dengan postingan Brand Ambassador Oh Sehun



Teori

- **Teori Brand Ambassador (Lea-Greenwood,2012) :**

Teori ini terdapat 4 :

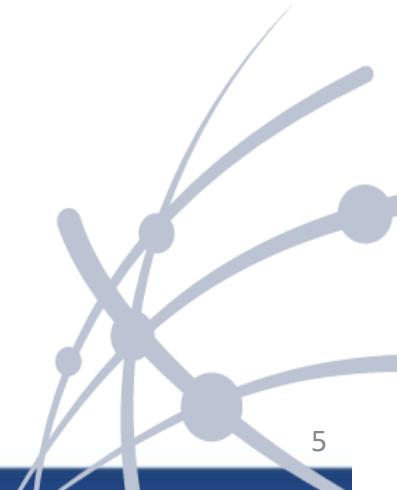
1. Visibility (Kepopuleran)
2. Credibility (kredibilitas)
3. Attraction (Daya Tarik)
4. Power (Kekuatan)

- **Teori Semiotika Charles Sanders Peirce:** Menganalisa makna tanda,objek, dan makna dari konten media sosial instagram whitelab



Rumusan Masalah Dan Hasil Penelitian

- **Rumusan Masalah:** Bagaimana strategi yang diterapkan pada produk whitelab dalam memanfaatkan sehun sebagai brand ambassador di media sosial instagram.
- **Tujuan Penelitian:** Untuk menganalisis strategi yang digunakan produk whitelab dalam memanfaatkan sehun sebagai brand ambassador di media sosial instagram.



Metode Penelitian

- **Pendekatan:** Kualitatif deskriptif dengan metode Semiotika yang menggunakan teori Brand Ambassador.
- **Subjek Penelitian:** Oh Sehun sebagai Brand Ambassador Whitelab.
- **Pengumpulan Data:** menganalisis Oh Sehun di media sosial instagram Whitelab .
- **Analisis Data:** Tanda visual (ikon, indeks, simbol) Oh Sehun pada postingan instagram Whitelab.



Hasil dan Pembahasan

IKON	INDEKS	SIMBOL
Foto Oh Sehun sebagai publik figur K-pop dengan kulit glowing, bersih dan stylish	Gestur dan pose menunjukkan kepercayaan diri dan dukungan langsung pada produk	Logo Whitelab dan slogan memperkuat value dari produk
Penampilan profesional dan elegan mendukung citra Whitelab	Ditampilkan dengan latar yang bersinar melambangkan inovasi produk	Adanya lencana “Sehun’S Favorite” menambah kesan eksklusif produk
Produk yang ditampilkan jelas dan nyata di genggaman Oh Sehun	Tagline dan atribut warnanya mendukung konsep alami dan berkualitas	Tagar Kampanye (#WhitelabXSehun, #ScientistGanteng) yang menjadi trending topic

Hasil dan Pembahasan



Hasil dan Pembahasan

Teori Brand Ambassador (Lea-Greenwood,2012)

Visibility (Kepopuleran) : Sejauh mana Brand Ambassador dikenal oleh publik dan target pasar. Dengan maksud semakin populer seseorang, maka semakin besar jangkauan produk ke audiens yang lebih luas.

Credibility (Kredibilitas): Tingkat kepercayaan konsumen tinggi membuat konsumen percaya bahwa BA ikut menggunakan produk karena dipengaruhi oleh reputasi, pengalaman dan kesesuaian produk.

Attraction (Daya Tarik) : menciptakan hubungan emosional dan psikologis antara konsumen dan BA bisa mendorong loyalitas pelanggan karena BA memiliki perhatian yang mencakup aspek fisik, kepribadian, value dan gaya hidup

Power (Kekuatan) : Kemampuan BA untuk mempengaruhi keputusan pembelian karena BA yang mampu mendorong konsumen melakukan pembelian, rekomendasi dan menciptakan efek viral marketing.

Hasil dan Pembahasan

Teori Brand Ambassador (Lea-Greenwood,2012)

Visibility (Kepopuleran) : Oh Sehun anggota K-Pop Exo yang memiliki jutaan penggemar, sehingga kampanye Whitelab bisa menjangkau berbagai negara yang ada.

Credibility (Kredibilitas): Oh Sehun dikenal profesional, bersih dan memiliki citra kulit sehat yang sesuai dengan produk Whitelab

Attraction (Daya Tarik) : Penampilan Oh Sehun yang menarik dan kepribadian yang ramah membuat penggemar merasa dekat dan ingin meniru gaya hidupnya, terutama produk yang ia endorse.

Power (Kekuatan) : Penjualan produk Bundling Whitelab dengan Photocard Oh Sehun yang virul dan ludes terjual karena fanbase-nya yang loyal dan aktif menyebarkan informasi.

Kesimpulan

- Oh Sehun berperan penting dalam memperkuat citra merek Whitelab.
- Strategi komunikasi visual berbasis ikon, indeks, dan simbol efektif membangun hubungan emosional dengan audiens.
- Pengaruh Brand Ambassador terbukti meningkatkan perilaku pembelian dan loyalitas konsumen.
- Kampanye ini menjadi salah satu contoh sukses pemanfaatan selebriti internasional dalam pemasaran digital produk lokal.

