

**PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
AZARINE BAGI KOMUNITAS PENGGEMAR “OMI”
(*OFFICIAL MINOZ INDONESIA*)**

SKRIPSI

Oleh:

STEVIA SYALOMITA WESTRENEN
2271650043



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
2026

**PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
AZARINE BAGI KOMUNITAS PENGGEMAR “OMI”
(*OFFICIAL MINOZ INDONESIA*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

STEVIA SYALOMITA WESTRENEN
2271650043



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevia Syalomita Westrenen

NIM 2271650043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* AZARINE BAGI KOMUNITAS PENGGEAR “OMI” (OFFICIAL MINOZ INDONESIA)”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 2 Juli 2026



Stevia Syalomita W



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: sisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* AZARINE BAGI
KOMUNITAS PENGGEMAR "OMI" (OFFICIAL MINOZ INDONESIA)**

Oleh:

Nama : Stevia Syalomita Westrenen

No. Induk Mahasiswa : 2271650043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 2 Juli 2026

Pembimbing,

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si)

NIDN: 0310025801

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

NIDN: 0306108902

Dekan

(Dr. Verdinand Robertus, M.Soc.Sc.)

NIDN: 314038602



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Rabu, 17 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Stevia Syalomita Westrenen
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* AZARINE BAGI KOMUNITAS PENGGEJAR "OMI" (OFFICIAL MINOZ INDONESIA)" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Ketua	
2 Singgih Sasongko, S.IP. M.Si	Sebagai Anggota	
3 Prof. Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si	Sebagai Anggota	

Jakarta, 2 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Stevia Syalomita W
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR AZARINE BAGI KOMUNITAS
PENGGEAR “OMI” (OFFICIAL MINOZ INDONESIA)

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Hasil Ujian Skripsi” pada
tanggal 17 Juni 2026

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui: Ketua
Sidang/ Penguji I

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

Penguji II

(Singgih Sasongko, S.IP. M.Si)

Penguji

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si)

Ketua Program
Studi Ilmu
Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Stevia Syalomita W
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650043
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : PEMAKNAAN LEE MINHO SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR AZARINE BAGI KOMUNITAS
PENGGEAR "OMI" (OFFICIAL MINOZ INDONESIA)

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2026
Yang menyatakan,



Stevia Syalomita Westrenen

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi saya dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu bentuk kajian mengenai bagaimana seorang brand ambassador tidak hanya berperan sebagai pihak yang mempromosikan suatu produk, tetapi juga memiliki makna tertentu bagi komunitas penggemar. Dalam penelitian ini, penulis berusaha memahami bagaimana hubungan emosional penggemar dengan figur publik dapat memengaruhi persepsi terhadap suatu brand melalui konsep hubungan parasosial, dan brand ambassador.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kelancaran selama proses penyusunan penelitian ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis.
3. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan ilmu selama proses penyusunan penelitian ini.
4. Saudari “TB” yaitu Anabel Cestine, Cesssya Angeline, Rahel Elizabeth, Seren Tamburian, dan Zefanya Astrid yang telah mengisi hari-hari saya selama proses pengerjaan penelitian ini.
5. Adik tingkat penulis yaitu Calissta Zefanya yang turut mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
7. Teman-teman Angkatan 22 yang telah menemani dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini dan yang telah memberikan dukungan pada penelitian ini

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dan berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi dalam kajian komunikasi, pemasaran, dan hubungan antara penggemar dengan figur publik.

Jakarta 26 Juni 2026

Stevia Syalomita Westrenen

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.4.3 Manfaat Sosial	6
1.5 Kerangka Konseptual	6
1.6 Penelitian	8
1.5.1 Tipe Penelitian	8
1.5.4 Sumber Data	9

1.5.5 Teknik Analisis dan Interpretasi Data.....	9
1.5.6 Keabsahan Data	9
BAB II	10
2.1 Deskripsi Umum Penelitian	10
2.2 Penggunaan Selebritas Korea dalam Industri Kecantikan.....	10
2.3 Azarine sebagai Objek Penelitian.....	12
2.4 Komunitas Penggemar	17
2.5 Hubungan Parasosial	23
2.6 <i>Brand Ambassador</i>	25
2.7 Penelitian Terdahulu	27
BAB III.....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
3.2 Hasil Wawancara.....	30
3.3 Pembahasan	81
3.3.1 Hubungan Parasosial sebagai Dasar Pembentukan Pemaknaan terhadap Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> Azarine.....	82
3.3.2 Transfer Nilai melalui Hubungan Parasosial dalam Pembentukan Citra Azarine	83
3.3.3 Pemaknaan Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i>	84
BAB IV	86
PENUTUP.....	86
4.1 Kesimpulan	86
4.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91
Lampiran 1. Panduan Wawancara	91
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 1	92
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 2	96
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 3	100
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 5.....	108
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan 6	112
Lampiran 8. Coding	116
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara	121

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pemaknaan Lee Min Ho sebagai *brand ambassador* Azarine oleh komunitas penggemar Official MINOZ Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam terhadap enam informan anggota komunitas yang mengetahui kolaborasi Lee Min Ho dengan Azarine dan menggunakan produk Azarine. Data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar memaknai Lee Min Ho tidak hanya sebagai figur promosi, tetapi sebagai representasi nilai dan citra merek Azarine. Hubungan parasosial yang terbentuk membuat karakter positif Lee Min Ho, seperti profesional, terpercaya, dan berkelas, turut diasosiasikan kepada Azarine. Selain itu, Lee Min Ho dimaknai sebagai simbol perkembangan Azarine sebagai *brand* lokal. Meskipun demikian, kualitas produk tetap menjadi faktor utama penggunaan Azarine.

Kata Kunci: hubungan parasosial, *brand ambassador*, Lee Min Ho, Azarine.

ABSTRACT

This study aims to examine how members of the Official MINOZ Indonesia fan community interpret Lee Min Ho as Azarine's brand ambassador. A descriptive qualitative approach was employed through in-depth interviews with six informants who were aware of Lee Min Ho's collaboration with Azarine and had used Azarine products. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that fans interpret Lee Min Ho not merely as a promotional figure, but as a representation of Azarine's brand values and image. Long-term parasocial relationships encourage fans to associate Lee Min Ho's positive characteristics, such as professionalism, trustworthiness, and elegance, with the Azarine brand. Lee Min Ho is also interpreted as a symbol of Azarine's growth as a local brand. However, product quality remains the primary factor influencing product usage.

Keywords: *parasocial relationship, brand ambassador, Lee Min Ho, Azarine*

