

BAB II

DESKRIPSI TENTANG KREDIBILITAS KOREAN STAR BRAND AMBASSADOR DAN TINGKAT KEPERCAYAAN PADA AKUN INSTAGRAM @AZARINECOSMETICOFFICIAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK AZARINE

Azarine adalah merek kecantikan lokal dari Indonesia yang dikenal karena fokusnya pada produk perawatan kulit yang alami dan efektif. Berdiri sejak beberapa tahun yang lalu, Azarine telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan menawarkan rangkaian produk yang menggunakan bahan alami serta aman untuk seluruh jenis kulit. Merek ini menonjol melalui inovasinya dalam menggabungkan teknologi modern dengan resep tradisional, memastikan bahwa setiap produk tidak hanya memberikan manfaat kecantikan tetapi juga kesehatan kulit yang mendalam. Produk-produk Azarine yang terdapat pembersih wajah, toner, serum, pelembap, serta tabir surya, yang semuanya diformulasikan untuk melampaui berbagai masalah kulit seperti jerawat, penuaan dini, serta hiperpigmentasi. Selain itu, Azarine juga dikenal karena komitmennya terhadap praktik ramah lingkungan, termasuk kemasan yang dapat didaur ulang dan prosedur *cruelty-free*, tidak melaksanakan uji coba kepada hewan. Dengan kampanye pemasaran yang kreatif dan edukatif, serta kerja sama dengan berbagai influencer dan selebriti, Azarine telah berhasil membangun basis pelanggan yang loyal dan terus berkembang, memperkuat posisinya sebagai salah satu

merek kecantikan terkemuka di Indonesia.

Gambar 2.1 – 2.3 Produk Azarine



2.1. Kredibilitas Korean Star Brand Ambassador Produk Azarine

Kredibilitas Korean star sebagai *brand ambassador* produk Azarine sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Popularitas dan citra positif selebriti tersebut di Indonesia dan global memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap barang yang dipromosikan. Seorang selebriti yang mempunyai image yang sesuai dengan nilai-nilai dan visi produk, seperti konsep kecantikan alami dan kesehatan kulit, akan memperkuat asosiasi positif dengan produk Azarine. Aktivitas selebriti di media sosial dan jumlah pengikut yang besar juga meningkatkan jangkauan pemasaran dan engagement, memperkuat pengaruhnya terhadap konsumen. Selain itu, reputasi selebriti di industri kecantikan, termasuk kerja sama sebelumnya dengan merek-merek besar dan respons positif dari pengguna produk, memperkuat kredibilitas mereka. Dengan demikian, seorang Korean star yang memenuhi kriteria ini dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan dan daya tarik produk Azarine di kalangan konsumen.

a) Lee Min Ho sebagai *Korean Star Brand Ambassador* Produk Azarine

Lee Min Ho selaku brand ambassador produk Azarine membawa dampak signifikan terhadap kredibilitas dan popularitas merek tersebut. Dikenal sebagai salah satu aktor terkemuka Korea Selatan dengan karier yang cemerlang dan basis penggemar yang luas, baik di Korea maupun internasional, Lee Min Ho mempunyai daya tarik begitu kuat dan citra positif yang mendukung nilai-nilai Azarine. Keikutsertaannya dalam kampanye Azarine tidak hanya meningkatkan eksposur merek tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk-produk Azarine. Dengan kulit yang terlihat sehat dan karismayang memikat, Lee Min Ho menjadi representasi ideal untuk produk perawatan kulit yang menekankan pada kesehatan dan kecantikan alami. Aktivitasnya di media sosial yang aktif dan interaktif juga memberikan platform yang efektif guna mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan engagement, serta mendorong penjualan. Kolaborasi ini menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi Azarine, memperkuat posisinya di pasar kecantikan dengan memanfaatkan popularitas dan pengaruh Lee Min Ho.

Gambar 2.4 – 2.5 Lee Min Ho sebagai Brand Ambassador Produk



Azarine

b) Profil Lee Min Ho

Lee Min Ho merupakan seorang aktor dan model asal Korea Selatan yang lahir pada tanggal 22 Juni 1987. Dia dikenal luas sebagai salah satu ikon hallyu atau gelombang Korea yang merambah ke berbagai negara di dunia, terutama melalui perannya dalam beberapa drama Korea yang sangat sukses secara internasional. Salah satu peran yang paling terkenal adalah sebagai karakter utama untuk series televisi "Boys Over Flowers" pada tahun 2009, yang membawa namanya meroket ke ketenaran internasional. Ketenarannya semakin memuncak dengan perannya untuk drama "City Hunter" (2011), "The Heirs" (2013), serta "Legend of the Blue Sea" (2016). Selain menjadi aktor yang sukses, Lee Min Ho juga memiliki karier yang gemilang sebagai model dan duta merek untuk berbagai produk, dari kecantikan hingga mode. Dengan karisma yang khas dan penampilan yang menawan, Lee Min Ho terus menjadi salah satu selebriti paling dicari dan diidolakan di dunia hiburan Korea Selatan.

Gambar 2.6 – 2.7 Lee Min Ho



c) ***Impact*** dari Lee Min Ho sebagai ***Korean Star Brand Ambassador*** Produk ***Azarine***

Kehadiran Lee Min Ho selaku brand ambassador produk Azarine memberikan dampak yang signifikan dan positif bagi merek tersebut. Sebagai salah satu aktor Korea Selatan paling terkenal dengan basis penggemar internasional yang luas, keterlibatan Lee Min Ho secara substansial meningkatkan kesadaran dan eksposur merek Azarine di pasar global, terutama di wilayah Asia Tenggara yang sangat terpengaruh oleh budaya K-pop dan K-drama. Reputasi Lee Min Ho yang profesional dan citra positifnya memperkuat kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk Azarine, mendorong lebih banyak orang untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Selain itu, penampilannya yang memukau dengan kulit sehat sejalan dengan citra Azarine sebagai merek yang menawarkan produk perawatan kulit berkualitas tinggi, memperkuat pesan brand tentang pentingnya perawatan kulit yang baik dan penggunaan bahan-bahan alami. Aktivitas promosi yang melibatkan Lee Min Ho juga

meningkatkan engagement di media sosial, dengan postingan yang menampilkan dirinya mendapatkan lebih banyak likes, komentar, dan shares, yang pada gilirannya memperluas jangkauan dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap Azarine.

d) Red Velvet sebagai Pengganti Lee Min Ho sebagai *Korean Star Brand*

***Ambassador* Produk Azarine**

Gambar 2.8 – 2.10 Red Velvet sebagai Brand Ambassador Produk Azarine



Mengganti Lee Min Ho dengan Red Velvet sebagai brand ambassador produk Azarine akan membawa dampak yang menarik dan beragam bagi merek tersebut. Red Velvet, sebagai grup girl band populer dari Korea Selatan, memiliki basis penggemar yang besar dan beragam, tak hanya di Korea tetapi juga di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Keberadaan Red Velvet sebagai brand ambassador dapat memperluas daya tarik Azarine ke audiens yang lebih muda dan dinamis, mengingat penggemar K-pop sering kali terdiri dari remaja dan dewasa muda yang sangat terlibat di media sosial. Dengan citra yang energik, fashionable, dan beragam anggota dengan keunikan masing-masing, Red Velvet dapat membantu mempromosikan berbagai produk

Azarine, menunjukkan bagaimana setiap produk dapat cocok dengan berbagai jenis kulit dan kepribadian. Selain itu, keterlibatan Red Velvet dapat meningkatkan engagement di media sosial dengan cara yang lebih interaktif dan kreatif, seperti kampanye bertema musik atau kecantikan yang melibatkan anggota grup. Perubahan ini juga berpotensi membawa kesegaran pada strategi pemasaran Azarine, menggabungkan elemen-elemen dari industri musik dan kecantikan untuk menciptakan kampanye yang lebih menarik dan inovatif.

2.2. Tingkat Kepercayaan pada Akun Instagram @azarinecosmeticofficial

Tingkat kepercayaan pada akun Instagram @azarinecosmeticofficial sangat tinggi, didukung oleh berbagai faktor yang mencerminkan kredibilitas dan profesionalisme merek tersebut. Akun ini aktif dalam berbagi konten yang informatif dan edukatif mengenai perawatan kulit, penggunaan produk, juga kegunaan materi alami yang dipergunakan dalam formulasi produk Azarine. Dengan pengikut yang terus bertambah, akun ini juga sering menampilkan testimoni pengguna, review dari beauty influencer, dan kolaborasi dengan selebriti terkenal seperti Lee Min Ho, yang menambah legitimasi dan daya tarik merek. Engagement yang tinggi melalui likes, komentar, dan shares menunjukkan interaksi yang aktif dan positif dari komunitas pengikutnya. Selain itu, @azarinecosmeticofficial secara konsisten menjaga transparansi dan kepercayaan dengan merespons pertanyaan dan masukan konsumen secara cepat dan ramah, serta dengan sering mengadakan giveaway dan promosi eksklusif yang menguntungkan pengikutnya. Semua ini berkontribusi pada citra akun

sebagai sumber terpercaya dan dapat diandalkan dalam industri kecantikan, memperkuat loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan merek.

2.3. Minat Pembelian Produk Azarine yang Meningkat setelah Menggunakan *Korean Pop Star* sebagai *Brand Ambassador*

Menggunakan Korean pop star sebagai brand ambassador Azarine secara signifikan meningkatkan minat pembelian produk merek tersebut. Popularitas global K-pop dan pengaruh kuat para bintangnya memberikan dampak besar pada persepsi konsumen terhadap produk yang diiklankan. Dengan pengikut setia yang sangat terlibat, bintang K-pop mampu menarik perhatian luas dan meningkatkan kesadaran merek Azarine secara cepat dan efektif. Konsumen, terutama penggemar K-pop, merasa lebih terhubung dan termotivasi untuk mencoba produk yang digunakan atau direkomendasikan oleh idola mereka, yang dikenal memiliki penampilan kulit yang sehat dan menawan. Kehadiran K-pop star dalam kampanye pemasaran Azarine juga meningkatkan aktivitas dan interaksi di media sosial, dengan konten yang menampilkan mereka mendapatkan lebih banyak likes, komentar, dan shares. Hal ini memperluas jangkauan kampanye dan menciptakan buzz positif yang mendorong minat pembelian. Secara keseluruhan, kolaborasi dengan Korean pop star tidak hanya memperkuat citra dan kredibilitas Azarine, tetapi juga secara langsung berkontribusi pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.