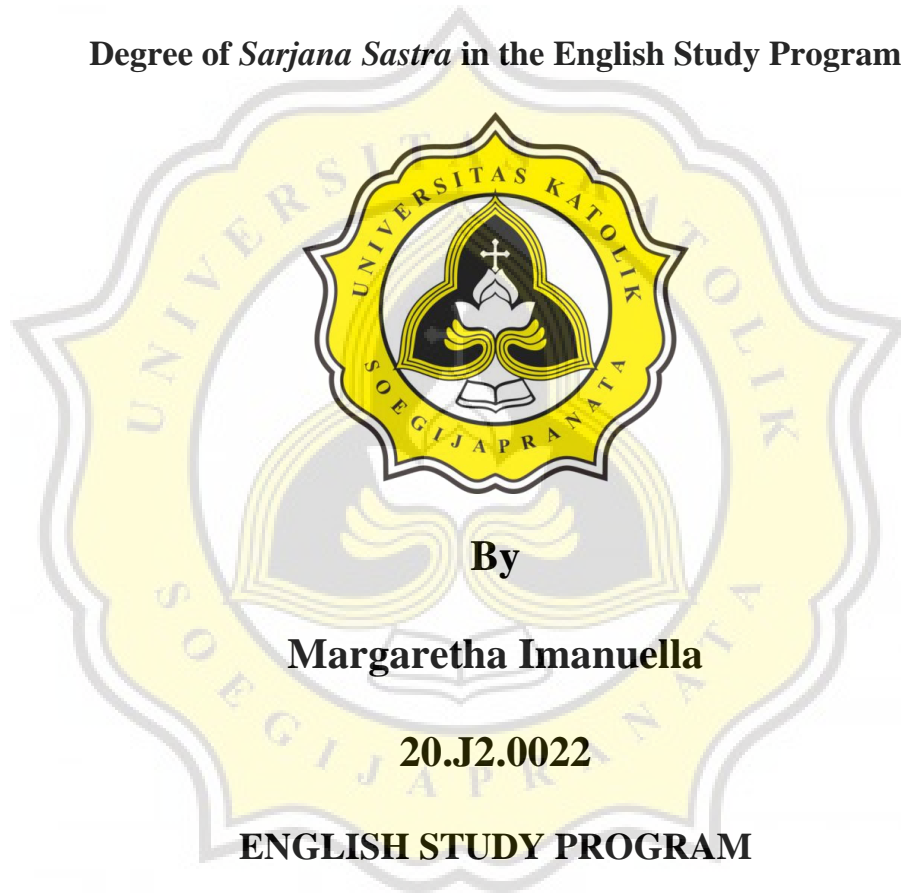


**STUDENTS' PERCEPTION OF *NCT 127* AS A COSMETIC
BRAND AMBASSADOR FOR *NATURE REPUBLIC* THROUGH A
COMMERCIAL VIDEO**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



By

Margaretha Imanuella

20.J2.0022

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

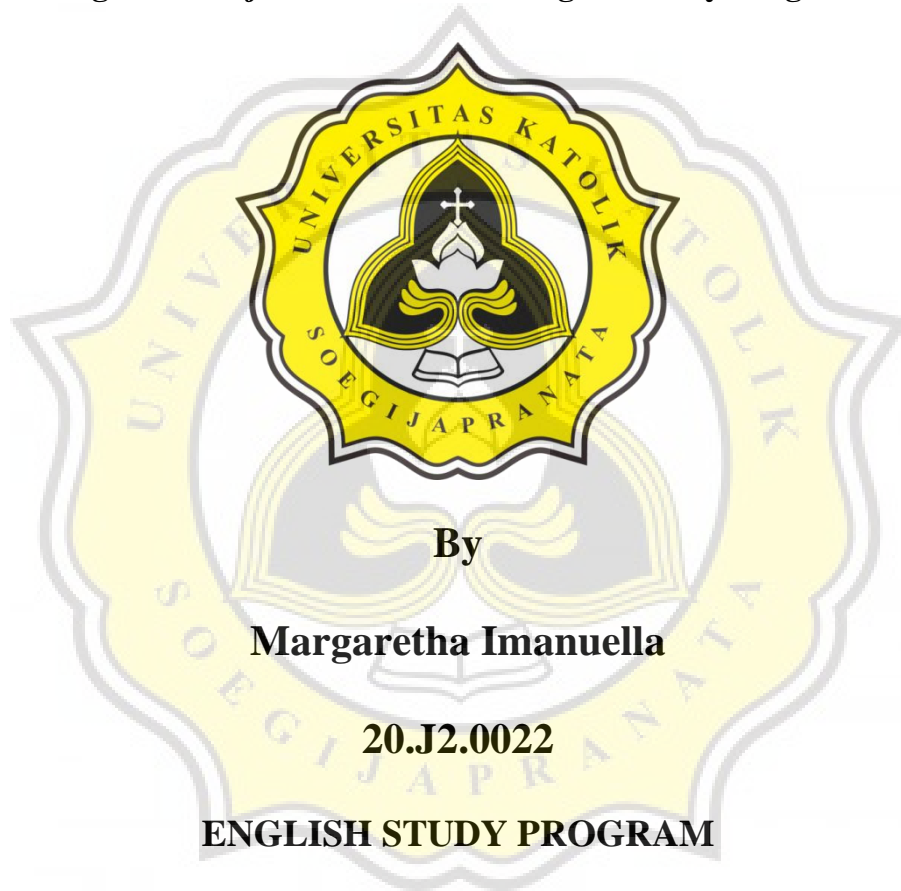
SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2024

**STUDENTS' PERCEPTION OF *NCT 127* AS A COSMETIC
BRAND AMBASSADOR FOR *NATURE REPUBLIC*
THROUGH A COMMERCIAL VIDEO**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



By

Margaretha Imanuella

20.J2.0022

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

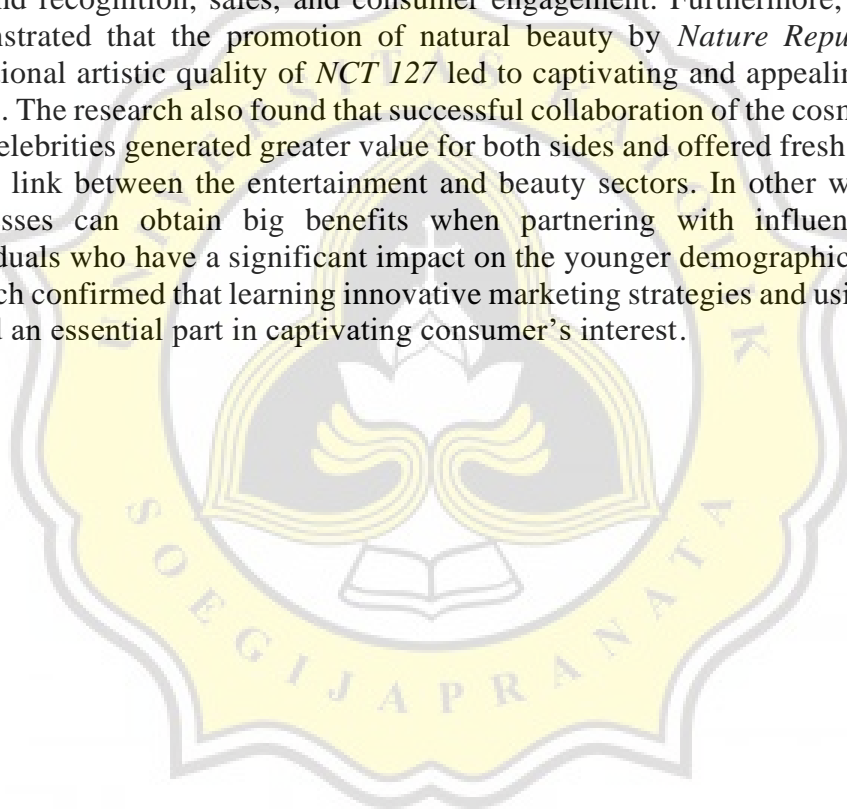
SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2024

ABSTRACT

The study collected data on the marketing campaign featuring *NCT 127* as the brand ambassador for *Nature Republic* using quantitative research method with content analysis tools. The findings of this research suggested that *Nature Republic* effectively integrated innovative and creative aspects from *NCT 127* into their marketing approach. Through using the extensive global reach and significant influence of *NCT 127*, *Nature Republic* successfully devised a campaign that effectively reached individuals across the globe. Specifically, this study found that collaborating with *NCT 127* as a brand ambassador has resulted in a notable boost in brand recognition, sales, and consumer engagement. Furthermore, the research demonstrated that the promotion of natural beauty by *Nature Republic* and the exceptional artistic quality of *NCT 127* led to captivating and appealing marketing stories. The research also found that successful collaboration of the cosmetic product with celebrities generated greater value for both sides and offered fresh perspectives on the link between the entertainment and beauty sectors. In other words, beauty businesses can obtain big benefits when partnering with influential creative individuals who have a significant impact on the younger demographic. Hence, this research confirmed that learning innovative marketing strategies and using creativity played an essential part in captivating consumer's interest.



ABSTRAK

Penelitian ini mengumpulkan data mengenai kampanye pemasaran yang menampilkan *NCT 127* sebagai duta merek untuk *Nature Republic* menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan alat analisis konten. Temuan dari penelitian ini menyarankan bahwa *Nature Republic* berhasil mengintegrasikan aspek inovatif dan kreatif dari *NCT 127* ke dalam pendekatan pemasaran mereka. Dengan menggunakan jangkauan global yang luas dan pengaruh signifikan dari *NCT 127*, *Nature Republic* berhasil merancang kampanye yang efektif mencapai individu di seluruh dunia. Secara khusus, penelitian ini menemukan bahwa berkolaborasi dengan *NCT 127* sebagai duta merek telah menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam pengenalan merek, penjualan, dan keterlibatan konsumen. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa promosi kecantikan alami oleh *Nature Republic* dan kualitas artistik luar biasa dari *NCT 127* menghasilkan cerita pemasaran yang menarik dan memikat. Penelitian juga menemukan bahwa kolaborasi yang berhasil antara produk kosmetik dengan selebriti menghasilkan nilai yang lebih besar bagi kedua belah pihak dan memberikan pandangan baru tentang hubungan antara sektor hiburan dan kecantikan. Dengan kata lain, bisnis kecantikan dapat memperoleh manfaat besar ketika bermitra dengan individu kreatif yang berpengaruh dan memiliki dampak signifikan pada demografi muda. Oleh karena itu, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa mempelajari strategi pemasaran inovatif dan menggunakan kreativitas memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen.