

ABSTRAK

Pada tahun 2002, gelombang Korea atau *Hallyu* mulai muncul sebagai fenomena budaya yang sangat populer di Indonesia, terutama di kalangan remaja dan generasi milenial. *Hallyu* tidak hanya mencakup musik K-pop, tetapi juga drama, film, fashion, dan makanan Korea, memengaruhi berbagai aspek industri hiburan dan gaya hidup di Indonesia. Salah satu grup K-pop yang sangat berpengaruh adalah BTS, yang anggotanya, termasuk Jung Kook, sering kali menjadi *brand ambassador* untuk berbagai merek terkenal. Jung Kook, misalnya, telah berkolaborasi dengan Calvin Klein sebagai duta global, membawa dampak besar pada citra merek tersebut. Studi ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh iklan Instagram @calvinklein dan *Brand Ambassador* Jung Kook BTS terhadap *Brand Image* Calvin Klein. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Instagram @calvinklein memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image* Calvin Klein sebesar 3,2%. Sementara itu, *brand ambassador* Jung Kook BTS memiliki pengaruh yang jauh lebih besar, yaitu sebesar 59%. Secara simultan, iklan Instagram dan *brand ambassador* Jung Kook BTS memberikan pengaruh sebesar 67,1% terhadap *brand image* Calvin Klein. Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan selebriti K-pop sebagai *brand ambassador* dapat memberikan dampak yang signifikan dan positif pada citra merek, memperkuat posisi merek di pasar global. Pengaruh Jung Kook sebagai *brand ambassador* Calvin Klein berhasil meningkatkan eksposur dan penjualan produk, membuktikan kekuatan fenomena *Hallyu* dalam memengaruhi tren dan preferensi konsumen di Indonesia.

Kata Kunci: Iklan Instagram, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Jung Kook, Calvin Klein.