



**PENGARUH PESAN CHITATO OLEH AMBASSADOR
SEVENTEEN TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE
CHITATO DI KALANGAN FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @mychitato PERIODE APRIL – DESEMBER
2025**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu Ilmu
Komunikasi

Disusun oleh:

Dwi Bintang Astuti

44222010016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**PENGARUH PESAN CHITATO OLEH AMBASSADOR
SEVENTEEN TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE
CHITATO DI KALANGAN FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @mychitato PERIODE APRIL – DESEMBER
2025**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu Ilmu
Komunikasi

Disusun oleh:

Dwi Bintang Astuti

44222010016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Bintang Astuti
NIM : 44222010016
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Pesan Chitato oleh Ambassador Seventeen terhadap Peningkatan Brand Image Chitato di Kalangan Followers Akun Instagram @mychitato Periode April - Desember 2025”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Desember 2025



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
METERAI TEMPEL
3EAX203838398
Dwi Bintang Astuti

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dwi Bintang Astuti

NIM : 44222010016

Program Studi : Public Relation

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “PENGARUH PESAN CHITATO OLEH AMBASSADOR SEVENTEEN TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE CHITATO DI KALANGAN FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @mychitato PERIODE APRIL – DESEMBER 2025”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 24 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dwi Bintang Astuti
NIM : 44222010016
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pesan Chitato oleh Ambassador
Seventeen terhadap Peningkatan Brand Image Chitato di Kalangan Followers
Akun Instagram @mychitato Periode April - Desember 2025

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Dr. A. Rahman HI, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0330126403

Jakarta, 30 Desember 2025

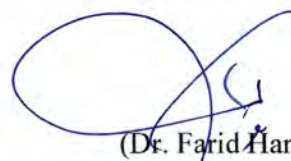
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.MSi)
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal. Banyak kendala yang peneliti temui dalam penulisan proposal ini, namun berkat doa dan semangat proposal ini terselesaikan pada waktunya.

Proposal ini disusun dengan judul **“Pengaruh Pesan Chitato oleh Ambassador Seventeen Terhadap Peningkatan Brand Image Chitato di Kalangan Followers Akun Instagram @mychitato”**. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan proposal penelitian yaitu sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana strata satu (S-1) pada fakultas ilmu komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan proposal ini. Terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A Rahman selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan ilmu kepada peneliti.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.MSi selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Farid Hamid, Dr. M. Si, selaku Ketua program studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Siti Muslichatul, S. Ikom M. Ikom selaku Sekprodi Public Relations 1.
6. Ibu Novi Erlita, S. Sos, MA selaku Sekprodi Public Relations 2.
7. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
8. Kepada Bapak saya Atmaji Imam Wahyudi dan Ibu Sopiah yang telah mendukung dan membiayai saya selama berkuliah.
9. Kepada Teman - teman saya Dea Ananda, Bella, Elsa, Aurel, Dea Varencia, dan Manda yang telah membantu dan mendukung saya.

10. Kepada EXO idol favorit saya yang lagu-lagunya membuat saya semangat mengerjakan Skripsi ini.

Peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa mengaruniakan rahmat dan hidayah-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Maret 2025

Peneliti

Dwi Bintang Astuti

4422201010016



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Bintang Astuti
NIM : 44222010016
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pesan Chitato oleh Ambassador
Seventeen terhadap Peningkatan Brand Image Chitato di Kalangan Followers
Akun Instagram @mychitato Periode April - Desember 2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Desember 2025

Yang menyatakan,



Dwi Bintang Astuti



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relation
Dwi Bintang Astuti
44222010016

Pengaruh Pesan Chitato oleh Ambassador Seventeen terhadap Peningkatan Brand Image Chitato di Kalangan Followers Akun Instagram @mychitato Periode April - Desember 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan brand ambassador Seventeen terhadap brand image Chitato melalui media sosial Instagram @mychitato sebagai sarana komunikasi digital.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pesan brand ambassador yang dipahami sebagai penyampaian pesan promosi melalui figur publik, sedangkan variabel dependen adalah brand image yang merujuk pada persepsi dan kesan konsumen terhadap merek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 398 followers akun Instagram @mychitato yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji t, korelasi, regresi sederhana, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap brand image Chitato, dengan nilai t-hitung sebesar 5,929 yang lebih besar dari t-tabel 1,966 dan signifikansi $0,00 < 0,05$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,755 menunjukkan hubungan yang kuat, sedangkan nilai R Square sebesar 0,570 menunjukkan bahwa 57% brand image dipengaruhi oleh pesan brand ambassador.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Seventeen sebagai brand ambassador melalui Instagram efektif dalam membangun brand image Chitato, meskipun kejelasan dan konsistensi pesan masih perlu ditingkatkan.

Kata kunci: komunikasi digital, brand ambassador, brand image, Instagram.



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Public Relations Study Program
Dwi Bintang Astuti
44222010016

The Influence of Chitato's Message Delivered by Seventeen as Brand Ambassador on the Enhancement of Chitato's Brand Image among Followers of the Instagram Account @mychitato during the April–December 2025 Period

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Seventeen as a brand ambassador on Chitato's brand image through the Instagram account @mychitato as a digital communication medium.

The independent variable in this study is the brand ambassador message, defined as the delivery of promotional messages through a public figure, while the dependent variable is brand image, which refers to consumers' perceptions and impressions of the Chitato brand.

This research employs a quantitative approach using a survey method involving 398 followers of the Instagram account @mychitato, selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using t-test, correlation analysis, simple linear regression, and coefficient of determination.

The results show that brand ambassador messages have a significant effect on Chitato's brand image, as indicated by a t-value of 5.929 which is greater than the t-table value of 1.966, with a significance level of $0.00 < 0.05$. The correlation coefficient of 0.755 indicates a strong relationship, while the R Square value of 0.570 shows that 57% of the brand image is influenced by brand ambassador messages.

Based on these findings, it can be concluded that the use of Seventeen as a brand ambassador on Instagram is effective in building Chitato's brand image, although clearer and more consistent messaging is still needed to achieve more optimal results.

Keywords: digital communication, brand ambassador, brand image, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
PERNYATAAN SIMILAIRTY CHECK	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Komunikasi Digital.....	21
2.2.2 Media Sosial Instagram	22
2.2.3 Teori S-O-R	23
2.2.3.1 Kaitan Teori S-O-R Dengan Penelitian	24

2.2.4 Pesan Ambassador	25
2.2.4.1 Kaitan Teori Pesan Ambassador Dengan Penelitian	29
2.2.5 Brand Image.....	29
2.2.5.1 Kaitan Teori Brand Image Dengan Penelitian.....	33
2.3 Hipotesis.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sample	36
3.3.1 Populasi Penelitian.....	36
3.3.2 Sample Penelitian	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sample	38
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	38
3.4.1 Definisi Konsep	38
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Data Primer	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.6.1 Validitas	40
3.6.2 Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
3.7.2 Analisis Korelasi.....	47
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi	48
3.7.4 Uji Normalitas.....	49
3.7.5 Uji Hipotesis	50
3.7.5.1 Uji T.....	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Data Responden.....	55
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Pesan Ambassador).....	56
4.2.2.1 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Clarity	57
4.2.2.2 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Consistency.....	59
4.2.2.3 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Emosional Peal	62
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Brand Image)	64
4.2.3.1 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Strength.....	65
4.2.3.2 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Uniqueness.....	67
4.2.3.3 Hasil Uji Pertanyaan Dimensi Favorable	69
4.2.4 Transformasi Data dengan Method of Successive Interval (MSI)	72
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	73
4.2.6 Hasil Analisis Korelasi.....	74
4.2.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
4.2.8 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.2.9 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	77
4.2.10 Pemetaan Pesan pada Konten Instagram @mychitato	77
4.3 Pembahasan.....	80
BAB V.....	90
SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pendapatan di pasar makanan ringan di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Chitato Jadi Merek Makanan Ringan Terpopuler di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Postingan promosi Seventeen untuk Chitato.....	5
Gambar 1. 4 Postingan pengumuman ambassador	6
Gambar 1. 5 Postingan reels promosi	7
Gambar 1. 6 Postingan berita tentang promosi ambassador Chitato	9



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	39
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel (X)	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X).....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	46
Tabel 3. 6 Analisis Korelasi	49
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Usia	55
Tabel 4. 3 Melihat Konten Seventeen	56
Tabel 4. 4 Pesan Mudah Dipahami	57
Tabel 4. 5 Bahasa Dan Gaya Komunikasi Yang Digunakan Jelas	57
Tabel 4. 6 Pesan Yang Disampaikan Seventeen Sesuai Dengan Konteks Produk Chitato	58
Tabel 4. 7 Mampu Memahami Maksud Dari Pesan Promosi Seventeen	59
Tabel 4. 8 Konten Promosi Chitato Dengan Seventeen Menampilkan Pesan Yang Konsisten	59
Tabel 4. 9 Pesan Yang Disampaikan Sesuai Dengan Citra Chitato Yang Menyenangkan Dan Modern	60
Tabel 4. 10 Visual, Caption, Dan Perilaku Seventeen Dalam Promosi Tampak Sejalan Dengan Identitas Merek Chitato	61
Tabel 4. 11 Seventeen Tampil Secara Natural Dan Tidak Bertentangan Dengan Nilai-Nilai Yang Biasa Dibawa Oleh Chitato	61
Tabel 4. 12 Terhubung Secara Emosional Dengan Cara Seventeen Menyampaikan Pesan Promosi Chitato	62
Tabel 4. 13 Promosi Seventeen Membuat Chitato Adalah Merek Yang Keren Dan Relevan Dengan Tren Anak Muda	63
Tabel 4. 14 Antusias Setiap Kali Melihat Promosi Chitato Yang Melibatkan Seventeen.....	63
Tabel 4. 15 Mendorong Untuk Mencoba Atau Membeli Produk Chitato.....	64

Tabel 4. 16 Mudah Mengenali Chitato Dari Tampilan Visual Dan Kemasannya	65
Tabel 4. 17 Memiliki Kualitas Rasa Dan Bahan Yang Baik.....	65
Tabel 4. 18 Memiliki Keunggulan Dibanding Merek Snack Lainnya	66
Tabel 4. 19 Memiliki Ciri Khas Yang Membedakannya Dari Merek Lainnya	67
Tabel 4. 20 Kolaborasi Membuat Merek Ini Tampak Lebih Unik Dan Menonjol	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji Dimensi Uniqueness 3 Chitato Berhasil Menghadirkan Inovasi Baru Dalam Cara Memasarkan Produknya	68
Tabel 4. 22 Karakter Chitato Cocok Dengan Gaya Promosi Seventeen Yang Kreatif Dan Energik.....	69
Tabel 4. 23 Memiliki Kesan Positif Terhadap Chitato Setelah Melihat Promosi Dengan Seventeen	69
Tabel 4. 24 Merekomendasikan Chitato Kepada Teman Karena Citranya Yang Positif.....	70
Tabel 4. 25 Chitato Semakin Dikenal Luas Setelah Bekerjasama Dengan Seventeen.....	71
Tabel 4. 26 Lebih Memilih Chitato Dibandingkan Merek Lain Karena Tampilannya Lebih Modern Dan Menarik.....	71
Tabel 4. 27 Ringkasan Hasil Transformasi MSI Variabel X dan Y.....	72
Tabel 4. 28 Regresi Linear Sederhana	73
Tabel 4. 29 Korelasi Person Product.....	74
Tabel 4. 30 Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4. 31 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 32 Uji T	77
Tabel 4. 33 Pesan Konten.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER	95
Lampiran 2 HASIL UJI VALIDITAS	98
Lampiran 3 HASIL UJI RELIABILITAS	101
Lampiran 4 HASIL KUESIONER.....	102
Lampiran 5 CV (CURICULLUM VITAE)	122

