



**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP CITRA DIRI
@MAS.NATSUKI SEBAGAI BRAND AMBASSADOR
@MOELL.ID**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**NOVA DHEA HERVADA
44222010207**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2026**



**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP CITRA DIRI
@MAS.NATSUKI SEBAGAI BRAND AMBASSADOR
@MOELL.ID**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**NOVA DHEA HERVADA
44222010207**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Dhea Hervada
NIM : 44222010207
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Persepsi Khalayak Terhadap Citra Diri @mas.natsuki Sebagai Brand Ambassador
@moell.id”
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hal 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, 19 Februari 2026



Nova Dhea Hervada

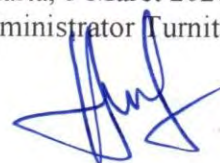
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Nova Dhea Hervada
NIM : 44222010207
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Persepsi Khalayak Terhadap Citra Diri @mas.natsuki Sebagai Brand Ambassador @moell.id ” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 5 Maret 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 28%

Jakarta, 5 Maret 2026
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 : Nova Dhea Hervada
NIM : 44222010207
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Persepsi Khalayak Terhadap Citra Diri
@mas.natsuki Sebagai Brand Ambassador @moell.id

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 Februari 2026 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



(Sofia Aunul, SE.M.Si)
NIDN/NUPTK: 0314097601

Jakarta, 19 Februrari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya, Peneliti dapat melakukan penelitian untuk kemudian Menyusun Laporan Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul “Persepsi Khalayak Terhadap Citra Diri @Mas.Natsuki Sebagai Brand Ambassador @Moell.Id”

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Laporan Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dengan peminatan Public Relation

Adapun selama pembuatan Laporan Skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, atas kepemimpinan dan kebijakan yang mendukung terselenggaranya proses pendidikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas arahan dan dukungan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas bimbingan serta fasilitas akademik yang diberikan kepada penulis.
4. Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si, selaku Sekretaris Fakultas Ilmu Komunikasi Cabang Menteng Universitas Mercu Buana, atas dukungan administratif dan akademik yang diberikan.
5. Sofia Aunul, SE.M.Si. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dengan penuh kesabaran hingga terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Novi Erlita, S.Sos., MA selaku Ketua Sidang dan Yuliawati, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji, atas waktu, perhatian, dedikasi, serta saran dan pandangan akademis yang konstruktif dalam proses pengujian guna menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun luar perkuliahan.
8. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
9. Terima kasih kepada cinta pertama dan pintu surga, Bapak Samlawi dan Ibu Puput. Terimakasih atas segala kasih sayang, doa, dan dukungan berupa moril maupun materil yang tidak terhingga sehingga peneliti mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai di Universitas Mercu Buana.
10. Terima kasih kepada sahabat peneliti Aqillah Galva Maulida, Keisyia Shifa Aulia Ramadhan, Naswa Chaila Yasmin, dan Najwa Khairunnisah Yang telah menemani dan mendukung peneliti dalam keadaan sulit maupun senang, dukungan dan kebersamaan kalian memberi arti lebih dalam perjalanan ini.
11. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Agam. Terima kasih atas kehadiran yang menjadi ruang teduh dalam proses panjang penyusunan skripsi ini. Atas waktu yang diluangkan, serta kesediaan untuk selalu hadir dalam mendengar, menguatkan, dan meyakinkan penulis ketika perjalanan terasa berat. Dukungan yang tulus tersebut menjadi bagian penting yang mengantarkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
12. Terakhir, kepada diri saya sendiri Nova Dhea Hervada terima kasih sudah bertahan sejauh ini terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Adapun kurang dan lebihmu mari rayakan diri sendiri.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 19 Februari 2026

Peneliti

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

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

Nama : Nova Dhea Hervada
NIM : 44222010207
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Persepsi Khalayak Terhadap Citra
Diri @mas.natsuki Sebagai Brand Ambassador @moell.id

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, 19 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Nova Dhea Hervada)

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP CITRA DIRI @MAS.NATSUKI
SEBAGAI BRAND AMBASSADOR @MOELL.ID
Nova Dhea Hervada**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap citra diri @mas.natsuki sebagai brand ambassador @moell.id melalui media sosial Instagram, mengingat peran brand ambassador yang semakin penting dalam membangun citra merek di era komunikasi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur persepsi khalayak terhadap citra diri Mas Natsuki sebagai brand ambassador Moell.id berdasarkan dimensi pemaknaan (*interpretation*), penilaian (*evaluation*), respons persepsual (*perceptual response*), dan konsistensi citra (*image consistency*).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan metode survei. Konsep persepsi digunakan sebagai landasan teoritis untuk mengkaji bagaimana khalayak memaknai, menilai, dan merespons citra diri brand ambassador di media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5 kepada 110 responden yang merupakan followers aktif akun Instagram @mas.natsuki. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi khalayak terhadap citra diri Mas Natsuki sebagai brand ambassador Moell.id secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik, dengan nilai mean total sebesar 4,35. Jika ditinjau berdasarkan masing-masing dimensi, dimensi konsistensi citra memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 4,42, yang menunjukkan bahwa khalayak menilai citra diri Mas Natsuki ditampilkan secara konsisten dalam berbagai konten kolaborasi. Dimensi penilaian dan respons persepsual juga berada pada kategori sangat baik, sedangkan dimensi pemaknaan memperoleh nilai mean terendah sebesar 4,05, meskipun tetap dalam kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa khalayak memiliki persepsi yang positif dan konsisten terhadap citra diri Mas Natsuki sebagai brand ambassador Moell.id di Instagram.

Kata kunci: Persepsi Khalayak, Citra Diri, Brand Ambassador, Instagram

**PUBLIC PERCEPTION OF @MAS.NATSUKI'S
IMAGE AS BRAND AMBASSADOR FOR @MOELL.ID**
Nova Dhea Hervada

ABSTRACT

This study was conducted to determine audience perceptions of the self-image of @mas.natsuki as a brand ambassador for @moell.id on Instagram, considering the increasingly significant role of brand ambassadors in building brand image in the digital communication era. The purpose of this study is to identify and measure audience perceptions of Mas Natsuki's self-image as a brand ambassador for Moell.id based on the dimensions of interpretation, evaluation, perceptual response, and image consistency.

This research employs a positivist paradigm with a descriptive quantitative approach and a survey method. The concept of perception serves as the theoretical foundation to examine how audiences interpret, evaluate, and respond to a brand ambassador's self-image on social media. Primary data were collected through the distribution of a Likert-scale questionnaire (1–5) to 110 respondents who are active followers of the Instagram account @mas.natsuki. Secondary data were obtained through relevant literature studies.

The results indicate that audience perceptions of Mas Natsuki's self-image as a brand ambassador for Moell.id are categorized as very good overall, with a total mean score of 4.35. When analyzed by dimension, image consistency obtained the highest mean score of 4.42, indicating that audiences perceive Mas Natsuki's self-image as being consistently presented across various collaborative content. The evaluation and perceptual response dimensions are also categorized as very good, while the interpretation dimension obtained the lowest mean score of 4.05, although it remains within the very good category. These findings suggest that audiences hold positive and consistent perceptions of Mas Natsuki's self-image as a brand ambassador for Moell.id on Instagram.

Keywords: *Public Perception, Self-Image, Brand Ambassador, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis (akademis)	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 MPR (Marketing Public Relations).....	22
2.2.2 Persepsi	24
2.2.3 Citra diri	27
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i>	29
2.2.5 Media sosial	31
2.2.6 Instagram.....	33
2.2.7 Teori S-O-R.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel	41
3.3.3	Teknik Panarikan Sampel	42
3.4	Definisi Konsep	43
3.4.1	Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1	Data Primer	47
3.5.2	Data Sekunder	48
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1	Pengelolaan Data.....	49
3.7.2	Uji Validitas Instrumen.....	50
3.7.3	Uji Reliabilitas Instrumen	52
3.7.4	Analisis statistik deskriptif.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambar dan Objek Penelitian.....	56
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.3	Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	86
5.2.1	Saran Akademis.....	86
5.2.2	Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @mas.natsuki	2
Gambar 1.2 Akun Instagram @moell.id	3
Gambar 2.1 Struktur Respon	37
Gambar 4.1 Konten @mas.natsuki sebagai Brand Ambassador @moell.id....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Konsep	45
Tabel 3.2 Skala Likert.....	47
Tabel 3.3 Skala Likert.....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas.....	59
Tabel 4.4 Pernyataan 1	60
Tabel 4.5 Pernyataan 2	60
Tabel 4.6 Pernyataan 3	61
Tabel 4.7 Pernyataan 4	62
Tabel 4.8 Pernyataan 5.....	63
Tabel 4.9 Pernyataan 6	63
Tabel 4.10 Pernyataan 7	64
Tabel 4.11 Pernyataan 8	65
Tabel 4.12 Pernyataan 9	66
Tabel 4.13 Pernyataan 10	66
Tabel 4.14 Pernyataan 11	67
Tabel 4.15 Pernyataan 12	68
Tabel 4.16 Pernyataan 13	69
Tabel 4.17 Pernyataan 14	69
Tabel 4.18 Pernyataan 15	70
Tabel 4.19 Pernyataan 16	71
Tabel 4.20 Pernyataan 17	72
Tabel 4.21 Pernyataan 18	72
Tabel 4.22 Pernyataan 19	73
Tabel 4.23 Pernyataan 20	74
Tabel 4.24 Statistik Deskriptif Dimensi Pemaknaan (Interpretation).....	75

Tabel 4.25 Statistik Deskriptif Dimensi Penilaian (Evaluation)	75
Tabel 4.26 Statistik Deskriptif Dimensi Respons Persepsual (Perceptual Response)	76
Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Dimensi Konsistensi Citra (Image Consistency)	77
Tabel 4.28 Persepsi Khalayak Secara Keseluruhan.....	78
Tabel 4.29 Persepsi Khalayak Berdasarkan Dimensi Khalayak	78
Tabel 4.30 Rata Rata Persepsi Khalayak terhadap Citra Diri @mas.natsuki Sebagai Brand Ambassador @moell.id	79

