



**PENGARUH CITRA DIRI BRAND AMBASSADOR  
TERHADAP BRAND IMAGE ERIGO APPAREL**

**(Survei Pada Followers Akun Instagram**

**@Ariefmuhammad)**

**SKRIPSI**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu

Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Strata satu (S1)

Ilmu Komunikasi

**Arkananta Arya Putra Hariawan**

**44220010137**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arkananta Arya Putra Hariawan  
NIM : 44220010137  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Citra Diri Brand Ambassador Terhadap Brand Image Erigo Apparel (Survei Pada Followers Akun Instagram @Ariefmuhammad)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 19 Agustus 2024

UNIVERSIT  
MERCU BUANA



Arkananta Arya Putra Hariawan

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

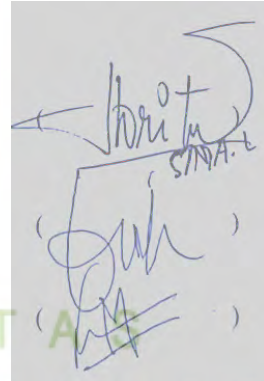
Nama : Arkananta Arya Putra Hariawan  
NIM : 44220010137  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Citra Diri Brand Ambassador Terhadap Brand Image Erigo Apparel (Survei Pada Followers Akun Instagram @Ariefmuhammad)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata

1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si  
NIDN : 0015037001  
Ketua Penguji : Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si  
NIDK : 8941650022  
Penguji Ahli : Martina Shalaty Putri Mane, M.Si  
NIDN : 0305038703

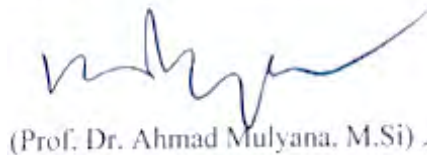


Jakarta, 19 Agustus 2024

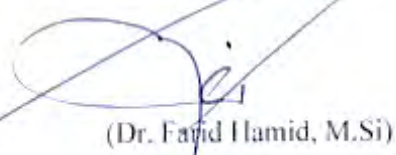
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Fafid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Arkananta Arya Putra Hariawan  
NIM : 44220010137  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Citra Diri Brand Ambassador Terhadap Brand Image Erigo Apparel (Survei Pada Followers Akun Instagram @Ariefmuhammad)

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Arkananta Arya Putra Hariawan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh Rahmat dan Hidayahnya yang telah dilimpahkan untuk penelitian ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Diri *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Erigo Apparel (Survey Pada Akun Instagram @ariefmuhammad). Diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu mengenai kepada pembaca.

Dengan segala kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya :

1. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan berbagi ilmu kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Dr. Irmulan Sati, M. Si Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Farid Hamid U, M. Si selaku Ketua Program Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana
5. Ibu SM Niken Restaty, M. Si selaku Wakil Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Dewi Ambarsari, M.Si selaku dosen pengampu mata kuliah tugas akhir atas segala bimbingan dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat di selesaikan tepat waktu.
7. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberi saran, waktu dan ilmu pengetahuan

kepada penulis dari awal penelitian dibuat.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Public Relations atas seluruh ilmu yang telah diberikan.
9. Seluruh staf Tata Usaha dan Perpustakaan Universitas Mercubuana Meruya dan Pejaten.
10. Yang tercinta kedua orang tua saya, Bapak Iwan dan Almh Ibu Nova, serta kakak saya untuk doa, cinta, perhatian dan dukungan yang diberikan selama ini.
11. Hanna Salsabilla Aggraini, seseorang yang telah memberikan doa, segenap cinta, perhatian dan semangat yang tak pernah henti disaat saya merasa putus asa dan terus membantu saya dalam kesulitan dan segala kondisi yang saya hadapi selama ini.
12. Sahabat saya Aldi, Aulia, Azril, Gesa, Hilal, Luna dan Yudo yang selalu mendoakan, mengingatkan dan memberikan semangat yang tiada henti kepada saya.
13. Teman-teman dikampus pejaten yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
14. Seluruh responden yang telah bersedia membantu peneliti mengisi kuesioner, melakukan wawancara untuk mensukseskan penelitian ini serta seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih semoga kesuksesan menyertai kita semua. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Mercu Buana

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi  
Public Relation  
Arkananta Arya Putra Hariawan  
44220010137

## ABSTRAK

Pengaruh Citra Diri Brand Ambassador Terhadap Brand Image Erigo Apparel (Survey Pada Akun Instagram @Ariefmuhammad)

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa seberapa besar pengaruh citra diri brand ambassador Arief Muhammad terhadap Brand Image Erigo Apparel. Paradigma penelitian ini adalah paradigma positivisme, metode penelitian menggunakan metode survey, penelitian dengan kuesioner sebagai alat yang digunakan untuk mengetahui dan menghasilkan data dari populasi lebih dari 5.400.000 orang yang merupakan followers Instagram Arief Muhammad, dan sampel berjumlah 402 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik random sampling. Dalam membuktikan dan menganalisis data, digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana dan uji t.

Hasil Penelitian adalah Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra diri brand ambassador terhadap Brand Image Erigo Apparel. Hal ini ditunjukkan dengan Hasil uji korelasi yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa variabel citra diri dan variabel Brand Image memiliki hubungan yang kuat sebesar 52,2%. nilai thitung sebesar 20.887 dan nilai signifikansi  $<0.000$  dan koefisien regresi sebesar 0,946. Karena nilai signifikansi kurang dari 0.05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, terdapat pengaruh positif dan signifikan citra diri brand ambassador terhadap Brand Image Erigo Apparel.

Saran dari peneliti lebih memperluas objek penelitian tidak hanya pada variabel citra diri dan Brand Image tetapi juga pada variabel-variabel lain. Saran praktis, Perusahaan Erigo Apparel harus terus menjaga dan meningkatkan Brand Image yang dimilikinya. Hal ini dilakukan agar perusahaan Erigo Apparel dapat terus berkembang dan memberikan Brand Image dan produk yang baik kepada setiap konsumen.

**Kata Kunci :** *Citra Diri, Brand Image*



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi  
Public Relation  
Arkananta Arya Putra Hariawan  
44220010137

## ABSTRACT

The Influence of Brand Ambassador's Self-Image on Erigo Apparel's Brand Image (Survey on Instagram Account @Ariefmuhammad).

The purpose of this research is to analyze how much influence brand ambassador Arief Muhammad's self-image has on Erigo Apparel's Brand Image. The paradigm of this research is the positivism paradigm, the research method uses survey methods, research using questionnaires as a tool used to find out and produce data from a population of more than 5,400,000 people who are Arief Muhammad's Instagram followers, and a sample of 402 respondents. The data collection technique uses random sampling technique. In proving and analyzing the data, validity and reliability tests, correlation coefficient tests, coefficient of determination tests, simple linear regression tests and t tests are used.

The research results are that there is a positive and significant influence of the brand ambassador's self-image on the Brand Image of Erigo Apparel. This is shown by the results of the correlation test which shows that the self-image variable and the Brand Image variable have a strong relationship of 52.2%. The tcount value is 20,887 and the significance value is  $<0.000$  and the regression coefficient is 0.946. Because the significance value is less than 0.05 and the regression coefficient has a positive value, it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, there is a positive and significant influence of the brand ambassador's self-image on the Brand Image of Erigo Apparel.

Suggestions from researchers are to expand the research object not only to self-image and brand image variables but also to other variables. Practical advice, Erigo Apparel Company must continue to maintain and improve its Brand Image. This is done so that the Erigo Apparel company can continue to develop and provide a good brand image and products to every consumer.

**Keywords :** *Self Image, Brand Image*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Kajian Teoritis</b> .....	<b>15</b>
2.1.1 Teori Kultivasi .....	15
2.1.2 Teori Efek Terbatas.....	17
2.1.3 Citra Diri .....	18
2.1.4 Brand Ambassador .....	19
2.1.5 Brand Image .....	20
2.1.6 Instagram.....	21
<b>2.3 Hipotesis Teori</b> .....	<b>22</b>
<b>BAB III PARADIGMA PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>3.3 Populasi Sampel</b> .....	<b>24</b>
3.3.1 Populasi.....	24

3.3.2	Sampel.....	25
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel .....	26
<b>3.4</b>	<b>Definisi Konsep Dan Oprasionalisasi Konsep (Kategorisasi dan Definisi Kategori untuk analisis isi) .....</b>	<b>26</b>
3.4.1	Definisi Konsep.....	27
3.4.2	Oprasionalisasi Konsep.....	27
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
3.5.1	Data Primer .....	30
3.5.2	Data Sekunder .....	30
3.5.3	Validitas .....	30
3.5.4	Uji Vadilitas .....	31
3.5.5	Relibilitas .....	33
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>34</b>
3.6.1	Uji regresi.....	34
3.6.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	35
3.6.3	Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>37</b>
4.1.1	Sejarah Singkat Erigo Apparel.....	37
4.1.2	Visi dan Misi Erigo Apparel .....	38
4.1.3	Logo, Slogan, dan Tagline Erigo Apparel .....	38
<b>4.2</b>	<b>Penyajian Data .....</b>	<b>38</b>
4.2.1	Hasil Penelitian .....	38
<b>4.3</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
4.3.1	Analisis Korelasi .....	54
4.3.2	Analisis Regresi .....	55
4.3.3	Koefisien Determinasi.....	56
4.3.4	Uji Hipotesis (Uji t).....	57
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>61</b>
	<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>62</b>
	<b>Lampiran .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 1 Penelitian Terdahulu</b> .....	12
<b>Tabel 3.4.2 1 Oprasionalisasi Konsep Variabel (X) Citra Diri</b> .....	28
<b>Tabel 3.4.2 2 Operasionalisasi Konsep Variabel (Y) <i>Brand Image</i></b> .....	28
<b>Tabel 3.5.4 1 Tabel uji validitas variabel (X)</b> .....	32
<b>Tabel 3.5.4 2 Tabel uji validitas variabel (Y)</b> .....	32
<b>Tabel 3.5.5 1 Tabel Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	33
<b>Tabel 4.2.1 1Jenis Kelamin</b> .....	38
<b>Tabel 4.2.1 2 Karakteristik Umur</b> .....	39
<b>Tabel 4.2.1 3 Karakteristik Domisili</b> .....	39
<b>Tabel 4.2.1 4 Karakteristik Pekerjaan</b> .....	40
<b>Tabel 4.2.1 5 Karakteristik Responden Berdasarkan pertanyaan tentang Pengikut Media Sosial Arief Muhammad</b> .....	40
<b>Tabel 4.2.1 6 Jawaban Responden Pernyataan Arief Muhammad memiliki daya tarik dalam berpenampilan</b> .....	41
<b>Tabel 4.2.1 7 Jawaban Responden Pernyataan Arief Muhammad menggambarkan kesan keseluruhan yang positif dari penampilan fisik</b> .....	41
<b>Tabel 4.2.1 8 Jawaban Responden Pernyataan Arief Muhammad memiliki penampilan yang baik dan menarik secara fisik</b> .....	42
<b>Tabel 4.2.1 9 Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki penampilan yang dapat memberikan inspirasi</b> .....	42
<b>Tabel 4.2.1 10 Jawaban Responden Arief Muhammad memberi karakter yang positif terhadap personal <i>branding</i> nya</b> .....	43
<b>Tabel 4.2.1 11Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki karakter yang dapat menginspirasi followersnya</b> .....	44
<b>Tabel 4.2.1 12 Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki karakter kepribadian yang kuat</b> .....	44

<b>Tabel 4.2.1 13 Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki konsistensi yang kuat sehingga dipercaya oleh netizen.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.2.1 14 Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki personal branding yang baik.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.2.1 15 Jawaban Responden Arief Muhammad memiliki cerminan diri yang positif.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.2.1 16 Jawaban Responden Logo <i>brand</i> Erigo Apparel dapat dengan mudah saya kenali.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.2.1 17 Jawaban Responden Erigo Apparel memiliki kemasan dan warna produk yang mudah dikenali oleh masyarakat.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.2.1 18 Jawaban Responden Erigo Apparel memiliki desain yang mudah dikenali.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.2.1 19 Jawaban Responden saya dapat dengan mudah mengenali produk Erigo Apparel .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.2.1 20 Jawaban Responden Erigo Apparel memiliki karakter <i>brand</i> yang berbeda dari <i>brand</i> lainnya.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4.2.1 21 Jawaban Responden Erigo memiliki variasi produk yang lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4.2.1 22 Jawaban Responden Erigo memberikan penawaran harga special terkait produknya kepada konsumen .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.2.1 23 Jawaban Responden Erigo memiliki keunikan terhadap <i>brand</i> yang gampang diingat konsumen .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.2.1 24 Jawaban Responden Erigo Apparel berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.2.1 25 Jawaban Responden Produk Erigo Apparel sesuai dengan karakteristik .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4.2.1 26 Jawaban Responden Erigo Apparel mendengarkan kritik dan saran dari konsumen .....</b>	<b>52</b>

<b>Tabel 4.2.1 27 Jawaban Responden Saya merasakan manfaat yang baik dari menggunakan produk Erigo Apparel .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.2.1 28 Jawaban Saya merasa Erigo Apparel memiliki keunggulan merek dibandingkan dengan <i>brand</i> lain.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.3.1 1 Korelasi X dengan Y .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.3.2 1 Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.3.3 1 Koefesien Determinasi X Terhadap Y.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.3.4 1 Uji Hipotesis X terhadap Y .....</b>	<b>57</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 1 Instagram Arief Muhammad .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.1 2 Instagram Erigo Apparel.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 3.5.3 1 rumus Pearson Product Moment .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 4.1.3 1 Logo Erigo Apparel.....</b>	<b>38</b>

