



**PENGARUH KREDIBILITAS *PUBLIC FIGURE* KEANU
ANGELO TERHADAP *BRAND IMAGE* SAMPO PANTENE**

(Survei Terhadap Mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta)



UNIVERSITAS
Bryant Thompson Chandra
44219010031
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bryant Thompson Chandra
NIM : 44219010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Public Figure* Keanu Angelo Terhadap *Brand Image* Sampo Pantene (Survei Terhadap Mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta).

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 05 November 2024



Bryant Thompson Chandra

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Bryant Thompson Chandra
NIM : 44219010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Public Figure* Keanu Angelo Terhadap *Brand Image* Sampo Pantene (Survei Terhadap Mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta).

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 : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si ()
NIDN : 0311036703
Ketua Penguji : Novi Erlita, S.Sos, M.A ()
NIDN : 0309118502
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom ()
NIDN : 0330019002

Jakarta, 05 November 2024

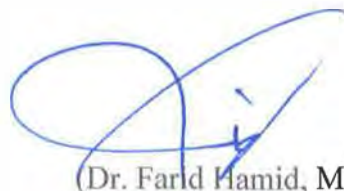
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu komunikasi



(Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “PENGARUH KREDIBILITAS *PUBLIC FIGURE* KEANU ANGELO TERHADAP *BRAND IMAGE* SAMPO PANTENE (Survei Terhadap Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta)”. Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) komunikasi bidang studi *public relations*.

Pada kesempatan ini, peneliti hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materi sehingga penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada:

1. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam proses penyelesaian penelitian.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
6. Bapak Wiyanto Hidayatullah M.Ikom selaku penguji ahli.
7. Seluruh Dosen Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Rita Widjaya selaku orang tua saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang tiada henti.

9. Juga teman-teman semua yang sudah membantu saya dalam bentuk apapun yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwasanya dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna baik dalam segi ilmu maupun dalam teknik penulisan. Oleh sebab itu peneliti sangat terbuka untuk setiap saran dan kritik yang membangun. Namun peneliti berharap penelitian ini dapat berguna tidak hanya bagi peneliti tetapi juga bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya. Akhir kata, peneliti ucapkan terima kasih kepada seluruh pembaca penelitian ini.



Jakarta, 05 November 2024

Bryant Thompson Chandra

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Bryant Thompson Chandra
NIM : 44219010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Public Figure* Keanu Angelo Terhadap *Brand Image* Sampo Pantene (Survei Terhadap Mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta).

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, 05 November 2024



(Bryant Thompson Chandra)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis	10
2.2.1 Komunikasi.....	10
2.2.2 <i>Public Relations</i>	13
2.2.3 <i>Brand</i>	13
2.2.4 <i>Brand Image</i>	15
2.2.5 <i>Brand Ambassador</i>	18
2.2.6 Kredibilitas Komunikator	19
2.2.7 Teori Model Komunikasi S-O-R	23
2.3 Hipotesis Teori	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	26
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	26
3.4.1 Definisi Konsep	26
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan data	30
3.5.1 Data Primer.....	30

3.5.2 Data Sekunder.....	30
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.5.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	32
3.6 Teknik Analisa Data.....	34
3.6.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	35
3.6.2 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Objek Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Pantene.....	37
4.1.2 Visi Misi Pantene.....	38
4.1.3 Logo Pantene	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Data Penelitian Variabel X (<i>Kredibilitas Public Figure</i>)	39
4.2.2 Data Penelitian Variabel Y (<i>Brand Image</i>)	43
4.2.3 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	49
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	50
4.2.5 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	52
4.3 Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Akademis	58
5.2.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Operasionalisasi konsep	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	33
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	34
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	34
Tabel 4. 1 Public Figure Keanu Angelo Layak Untuk Dipercaya	39
Tabel 4. 2 Public Figure Keanu Angelo Jujur Dalam Menyampaikan Informasi..	40
Tabel 4. 3 Public Figure Keanu Angelo Bertanggung Jawab Dalam Tingkah Laku	40
Tabel 4. 4 Tingkat Kemenarikan Yang Tinggi Dimiliki Oleh Public Figure Keanu Angelo	41
Tabel 4. 5 Kecantikan/ketampanan Dari Public Figure Keanu Angelo Saat Tampil Dalam Iklan	41
Tabel 4. 6 Representasi Tingkah Laku Dari Public Figure Keanu Angelo Sesuai Dengan Produk yang Diiklankan	42
Tabel 4. 7 Keanu Angelo Merupakan Public Figure Yang Sesuai Untuk Menjadi Brand Ambassador Sampo Pantene	42
Tabel 4. 8 Keanu Angelo Adalah Idola Para Remaja Sehingga Sesuai Dengan Kriteria Sebagai Brand Ambassador Sampo Pantene	43
Tabel 4. 9 Sampo Pantene Adalah Merek Yang Dapat Dipercaya, Sehingga Meninggalkan Kesan Yang Baik Bagi Perusahaan	44
Tabel 4. 10 Pantene Adalah Perusahaan Yang Bertanggung Jawab Secara Sosial	44
Tabel 4. 11 Saya Menjadi Konsumen Sampo Pantene Karena Mencerminkan Status Sosial Yang Gaul Atau Up To Date	45
Tabel 4. 12 Saya Menjadi Konsumen Sampo Pantene Karena Mencerminkan Seseorang Yang Peduli Terhadap Perawatan Tubuh	45

Tabel 4. 13 Produk Dari Sampo Pantene Memiliki Kualitas Yang Sangat Baik..	46
Tabel 4. 14 Terdapat Banyak Macam Produk Untuk Kebutuhan Para Konsumen	46
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Jawaban Tertinggi dan Terendah Pada Kuesioner Variabel X.....	49
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Jawaban Tertinggi dan Terendah Pada Kuesioner Variabel Y.....	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients ^a	50
Tabel 4. 19 Hasil Regresi Linear Sederhana Model Summary	51
Tabel 4. 20 Hasil Regresi Linear Sederhana (ANOVA).....	51
Tabel 4. 21 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	52



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Rumus a dan b	36
Gambar 4. 1 Grafik Presentase Survei Jakpat	37
Gambar 4. 2 Official Logo Brand Pantene.....	38



ABSTRAK

Nama : Bryant Thompson Chandra
NIM : 44219010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : **Pengaruh Kredibilitas *Public Figure* Keanu Angelo Terhadap *Brand Image* Sampo Pantene (Survey Terhadap Mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta)**
Pembimbing : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

Taktik komunikasi yang bekerja sama dengan *public figure* sebagai *brand ambassador* atau bintang iklan bukanlah sebuah strategi yang baru. Taktik ini banyak dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan sebuah brand kepada publik secara efektif. Kesesuaian dan kredibilitas seorang *public figure* yang ditunjuk tersebut menjadi sebuah hal yang penting dalam mendukung strategi komunikasi yang nantinya akan membentuk citra yang positif. Studi ini memakai teknik kuantitatif dengan menyebarkan survei kepada informan. Target dari studi ini yaitu untuk memahami dampak kredibilitas *public figure* Keanu Angelo terhadap *brand image* sampo Pantene. Studi ini memakai teknik kuantitatif berdasarkan paradigma positivisme. Populasi dalam studi ini ialah mahasiswa *public relations* Universitas Mercu Buana Jakarta. Teknik penarikan sampel dalam studi ini memakai *purposive sampling* dengan jumlah informan sejumlah 244 orang. Hasil dari studi ini yaitu adanya dampak kredibilitas *public figure* Keanu Angelo terhadap *brand image* sampo Pantene sebesar 10% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada studi ini. Hasil uji regresi linear sederhana yang telah dijalankan memperoleh hasil jika setiap penambahan 1% nilai kredibilitas *public figure*, maka nilai *brand image* bertambah sejumlah 0,263. Maka bisa ditetapkan jika kredibilitas *public figure* Keanu Angelo berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image* sampo Pantene.

Kata Kunci : Kredibilitas, *Brand Image*, Pantene, Keanu angelo.

ABSTRACT

Name : Bryant Thompson Chandra
NIM : 44219010031
Study Program : Communication Studies
Title Thesis Report : **The Influence of Public Figure Credibility Keanu Angelo on the Brand Image of Pantene Shampoo (A Survey of Public Relations Students at Mercu Buana University Jakarta)**
Advisor : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

The communication tactic of collaborating with public figures as brand ambassadors or advertisement stars is not a new strategy. This tactic is widely employed by companies to effectively introduce a brand to the public. The suitability and credibility of the designated public figure play a crucial role in supporting communication strategies, which ultimately shape a positive image. This study uses a quantitative approach by distributing surveys to respondents. The objective of this study is to understand the impact of public figure Keanu Angelo's credibility on the brand image of Pantene shampoo. The study adopts a quantitative technique based on the positivism paradigm. The population in this study consists of public relations students at Mercu Buana University, Jakarta. The sampling technique used in this study is purposive sampling, with a total of 244 respondents. The results of the study indicate that Keanu Angelo's credibility as a public figure impacts the brand image of Pantene shampoo by 10%, while the remaining 90% is influenced by other factors not examined in this study. The results of the simple linear regression test show that for every 1% increase in public figure credibility, the brand image value increases by 0.263. Therefore, it can be concluded that Keanu Angelo's credibility as a public figure significantly influences the brand image of Pantene shampoo.

Keywords : *Credibility, Brand Image, Pantene, Keanu angelo.*