



**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT @FUJI_AN
TERHADAP CITRA MEREK MS GLOW
(Survey Pada Community @cewekbanget.id)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**CHIKITA AULIA PUTRI
44218110165**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chikita Aulia Putri
NIM : 44218110165
Program Studi : Public Relations
Judul : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT FUJI AN
TERHADAP CITRA MEREK MS GLOW (Survey Pada
Community @cewekbanget.id)

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang di kutip maupun dirujuk telah saya cantumkan 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.

Yang membuat pernyataan

Jakarta, 3 Maret 2025



Chikita Aulia Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Chikita Aulia Putri
NIM : 44218110165
Program Studi : Public Relations
Judul : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT FUJI_AN
TERHADAP CITRA MEREK MS GLOW (Survey Pada
Community @cewekbanget.id)

Telah berhasil di pertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Disahkan oleh:

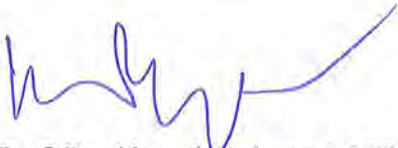
Pembimbing 1 : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.IKom ()
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom ()
NIDN : 0322088201
Penguji Ahli : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()
NIDN : 0306018903

Jakarta, 10 Maret 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Chikita Aulia Putri
NIM : 44218110165
Program Studi : Public Relations
Judul : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT FUJI_AN
TERHADAP CITRA MEREK MS GLOW (Survey Pada
Community @cewekbanget.id)

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

Berhak menyimpan, mengalih media / 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, 3 Maret 2025

Yang menyatakan,



Chikita Aulia Putri

ABSTRAK

Nama : Chikita Aulia Putri
NIM : 44218110165
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorsement @Fuji_an Terhadap Citra Merek MS Glow (Survey Pada *Community @cewekbanget.id*)
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

Di era digital, pemasaran melalui media sosial semakin berkembang, salah satunya melalui celebrity endorsement. MS Glow, sebagai merek perawatan kulit lokal di Indonesia, menggunakan figur publik @Fuji_an dalam strategi promosinya untuk membangun citra merek. Namun, efektivitas celebrity endorsement dalam meningkatkan citra merek masih menjadi pertanyaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh celebrity endorsement terhadap citra merek MS Glow.

Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama, yaitu celebrity endorsement dan citra merek. Celebrity endorsement diukur berdasarkan aspek kredibilitas, daya tarik, popularitas, dan pengaruh selebriti. Sementara itu, citra merek dinilai berdasarkan keunggulan, kekuatan, dan keunikan asosiasi merek. Studi ini menggunakan paradigma positivisme, yang mengasumsikan bahwa hubungan antar variabel dapat diuji secara empiris.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode survey yang melibatkan anggota komunitas @cewekbanget.id, yang aktif di media sosial. Dengan populasi sebanyak 208 orang, jumlah 100 sampel dan ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data diperoleh melalui kuesioner dalam bentuk Google Form dan dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan software SPSS.

Temuan penelitian ini mengungkap bahwa celebrity endorsement oleh @Fuji_an memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek MS Glow. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kehadiran @Fuji_an sebagai endorser meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk MS Glow. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa celebrity endorsement berkorelasi positif dan berkontribusi besar dalam membangun citra merek. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa pemanfaatan celebrity endorsement dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat citra merek di industri kecantikan.

Kata Kunci : Pengaruh, Celebrity Endorsement, Citra Merek

ABSTRACT

Name : Chikita Aulia Putri
NIM : 44218110165
Study Program : Communication Studies
Thesis Report Title : *The Influence of Celebrity Endorsement @Fuji_an on the Brand Image of MS Glow (A Survey of the @cewekbanget.id Community)*
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

In the digital era, social media marketing continues to evolve, with celebrity endorsement becoming one of the most utilized strategies. MS Glow, a local Indonesian skincare brand, employs @Fuji_an as a promotional figure to enhance its brand image. However, the effectiveness of celebrity endorsement in shaping brand perception remains debatable. Therefore, this study aims to analyze the extent to which celebrity endorsement influences MS Glow's brand image.

This research focuses on two main variables: celebrity endorsement and brand image. Celebrity endorsement is measured through credibility, attractiveness, popularity, and influence, while brand image is assessed based on the favorability, strength, and uniqueness of brand associations. This study adopts a positivism paradigm, which assumes that relationships between variables can be empirically tested.

A quantitative approach was employed, utilizing a survey method involving members of the @cewekbanget.id community, who are actively engaged in social media. The study population consists of 208 individuals, with the sample size determined using Slovin's formula. Data was collected through Google Form questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software.

The results indicate that celebrity endorsement by @Fuji_an significantly impacts MS Glow's brand image. Most respondents agreed that @Fuji_an's endorsement enhances their trust in MS Glow products. Regression analysis further confirms a positive correlation between celebrity endorsement and brand image, with a substantial level of influence. Consequently, this research validates that celebrity endorsement serves as an effective strategy in strengthening brand image within the beauty industry.

Keywords: *Influence, Celebrity Endorsement, Brand Image*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT @FUJI AN TERHADAP CITRA MEREK MS GLOW (Survey Pada *Community @cewekbanget.id*)”. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa sangat amat sabar membimbing dan memberi masukan serta saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Ketua Progam studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar
5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Penguji Ahli yang telah memberikan saya banyak masukan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
6. Ibu tercinta Ibu Farida Haryanthi yang selalu memberikan dukungan, doa, kerja keras, dan selalu memberi kasih sayang sehingga penulis mampu menempuh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
7. Kepada dosen-dosen program studi Public Relations yang telah memberikan ilmu serta didikan yang baik sejak awal perkuliahan sampai saat ini.
8. Kepada adik-adik saya Monica Salsabilla Putri, dan Muhammad Kevin Akbar Putra yang selalu menjadi penyemangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman saya khususnya kepada Indri Sari, Ayska Salsabilla Putri, dan Anisa Nurul Aini yang selalu memberi dukungan serta setia menemani saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini. Hanya Allah yang dapat membalas atas segala yang diberikan kepada penulis selama melakukan penelitian

Dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan atau bahkan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik yang konstruktif sangat dibutuhkan. Dalam penelitian ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, maka apabila didalamnya terdapat kesalahan-kesalahan penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Baik itu dalam penulisan nama, gelar, nama tempat, dan lain-lain.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna, bermanfaat, dan memberikan kontribusi yang baik bagi kajian ilmu komunikasi khususnya bidang studi Public Relations.

Jakarta, 22 Februari 2025

Penulis

Chikita Aulia Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	13
2.2.1 Teori Komunikasi	13
2.2.2 Celebrity Endorsement dan Citra Merek	14
2.2.3 Peran Celebrity Endorse	15
2.2.4 Indikator Celebrity Endorser.....	15
2.3 Citra Merek (Brand Image).....	16
2.3.1 Komponen Citra Merek	17
2.3.2 Indikator Citra Merek	18
2.4 Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Citra Merek	19

2.5	Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		20
3.1	Paradigma Penelitian.....	20
3.2	Metode Penelitian	20
3.3	Populasi dan Sampel	20
3.3.1	Populasi.....	20
3.3.2	Sampel	21
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	22
3.4	Definisi dan Operasional Variabel	22
3.4.1	Definisi Konsep.....	22
3.4.2	Operasionalisasi Variabel.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1	Data Primer.....	24
3.5.2	Data Sekunder.....	24
3.6	Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.1.1	Deskripsi Akun Media Sosial Instagram @fuji_an	26
4.2	Hasil Penelitian	27
4.2.1	Usia Responden	27
4.2.2	Jenis Kelamin Responden.....	27
4.2.3	Variabel Celebrity Endorsement (X).....	28
4.2.4	Variabel Citra Merek (Y)	31
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	35
4.2.6	Uji Hipotesis.....	40
4.3	Pembahasan.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42
5.2.1	Saran Akademis	42
5.2.2	Saran Praktis	43

DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Celebrity Endorser MS Glow	7
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 4.1	Tabel Usia Responden	26
Tabel 4.2	Tabel Jenis Kelamin Responden	26
Tabel 4.3	Pernyataan @fuji_an dinilai baik sebagai Celebrity Endorser.....	27
Tabel 4.4	Pernyataan @fuji_an sesuai sebagai duta merek MS Glow	27
Tabel 4.5	Pernyataan Pengaruh Endorsement @fuji_an cukup besar	28
Tabel 4.6	Pernyataan @fuji_an merubah persepsi terhadap MS Glow	29
Tabel 4.7	Konten Endorse @fuji_an meningkatkan ketertarikan ke MS Glow	29
Tabel 4.8	Pernyataan @fuji_an membuat responden lebih percaya MS Glow	30
Tabel 4.9	Pernyataan @fuji_an sukses mempromosikan MS Glow	31
Tabel 4.10	Khalayak merasa terhubung secara emosional dengan MS Glow	31
Tabel 4.11	Pernyataan Responden pernah membeli produk MS Glow	32
Tabel 4.12	Pernyataan Responden rutin membeli produk MS Glow	33
Tabel 4.13	Pernyataan Responden merasa merek MS Glow terbaik	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce	3
Gambar 1.2 Peringkat Brand Terlaris di Shopee dan	4
Gambar 1.3 Akun Media Sosial Cewekbanget.id	8
Gambar 3.1 Whatsapp Group Cewekbanget.id	20
Gambar 4.1 Akun Instagram Fuji	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Draft Kuesioner.....	46
Lampiran 2	Tabulasi Data Variabel X	48
Lampiran 3	Tabulasi Data Variabel Y	53
Lampiran 4	Output IBM SPSS Statistic	57
Lampiran 5	Pernyataan <i>Similarity Check</i>	61
Lampiran 6	Biodata Peneliti.....	62

