

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
PENGARUH SYIFA HADJU SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
PRODUK GLAD2GLOW
(SURVEI *FOLLOWERS* INSTAGRAM @Glad2Glow)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

MEGA ARDHIANI KARTIKA

1408521058

**PROGRAM STUDI D - IV HUBUNGAN MASYARAKAT
DAN KOMUNIKASI DIGITAL FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN HUKUM UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

PROGRAM STUDI D - IV HUBUNGAN
MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul **Pengaruh Syifa Hadju Sebagai Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Glad2Glow (Survei Followers Instagram @Glad2Glow)** adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 24 Juli 2025



Mega Ardhiani Kartika

NIM. 1408521058

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang			
1.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> NIP. 197709102008122002		29-07-2025
Penguji Ahli I			
2.	<u>Muria Putriana, S.A.P., M.Pd</u> NIP. 8985090024		23-07-2025
Sekretaris Sidang			
3.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020		29-07-2025
Dosen Pembimbing			
4.	<u>Qorvna Noer Seyma El Farabi,</u> <u>S.I.Kom., M.Si</u> NIP. 199506262024062001		29-07-2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Syifa Hadju Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Produk Glad2Glow (Survei *Followers* Instagram @Glad2Glow Di Kalangan Generasi Z)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

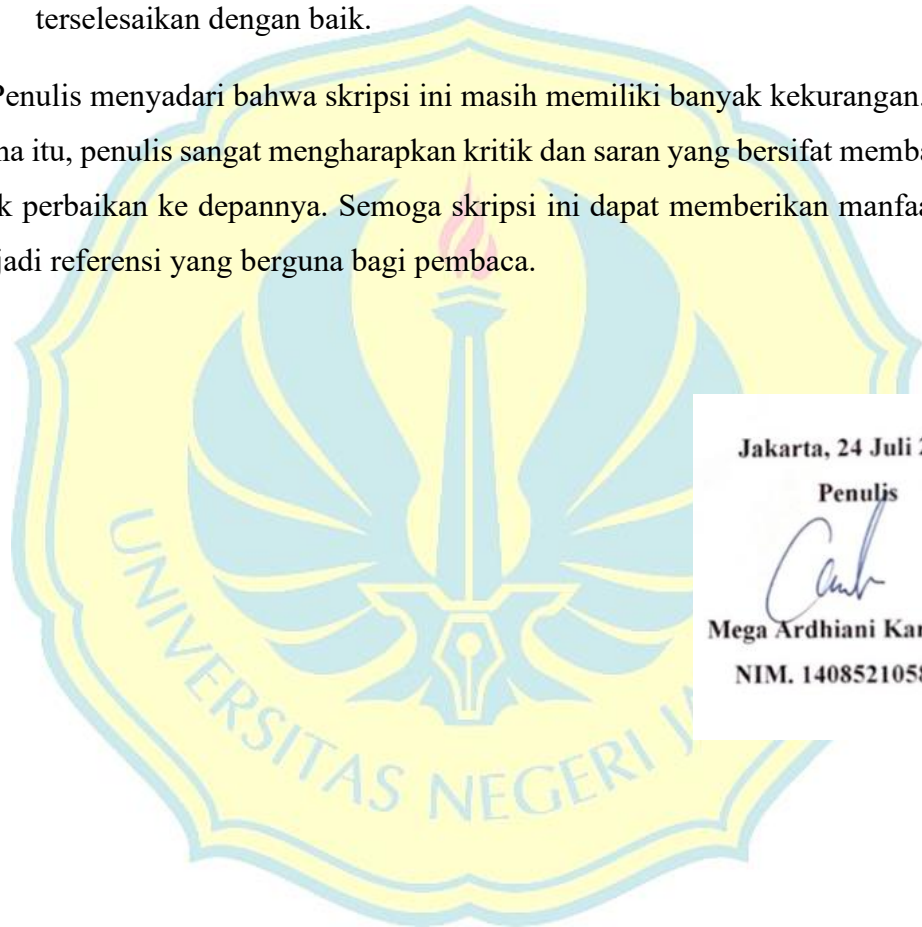
Selama proses penyusunan penelitian ini, penulis menghadapi berbagai tantangan. Namun, berkat doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan dari banyak pihak, penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Asep Soegiarto, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Qoryna Noer Seyma El Farabi, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh perkuliahan dari semester satu hingga semester delapan.
6. Mama Haniray dan Papa Arman, orang tua penulis, yang selalu menjadi penyemangat utama, memberikan doa, dukungan, serta motivasi dalam

setiap langkah penulis, baik dalam akademik maupun kehidupan sehari-hari.

7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Serta semua pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala dukungan, saran, dan bantuannya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca.



Jakarta, 24 Juli 2025

Penulis

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cant', is written over the printed name.

Mega Ardhiani Kartika

NIM. 1408521058



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Ardhiani Kartika
NIM : 1408521058
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/D-IV Hubungan
Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : megaardhianikartika27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah:

Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul: **“Pengaruh Syifa Hadju Sebagai *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan *Brand Image* Produk Glad2Glow (Survei *Followers* Instagram @Glad2Glow)”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2025

Mega Ardhiani Kartika

Mega Ardhiani Kartika (1408521058), “Pengaruh Syifa Hadju Sebagai *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan *Brand Image* Produk Glad2Glow (Survei *Followers* Instagram @Glad2Glow)”, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2025; 118 Halaman; 12 Lampiran; 8 Buku; 49 Jurnal 2020-2025; 6 Situs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Syifa Hadju sebagai *brand ambassador* dalam meningkatkan *brand image* produk Glad2Glow di kalangan *followers* Instagram @Glad2Glow. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya peran *brand ambassador* dalam membangun *brand image*, terutama di era digital saat ini, di mana media sosial menjadi *platform* utama dalam pemasaran. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup konsep *brand ambassador* dan *brand image*, yang menjelaskan bagaimana kehadiran figur publik dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *random sampling*, melibatkan 100 responden yang merupakan *followers* Instagram @Glad2Glow. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi *brand ambassador*, yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*, memiliki nilai mean tertinggi pada dimensi *visibility* (3,45), sedangkan *brand image* menunjukkan nilai mean tertinggi pada dimensi *corporate image* (3,52). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kehadiran Syifa Hadju sebagai *brand ambassador* dalam meningkatkan *brand image* produk Glad2Glow, dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,364. Hal ini mengindikasikan bahwa 36,4% *brand image* dipengaruhi oleh peran *brand ambassador*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa *brand ambassador* yang tepat dapat memperkuat *brand image* di mata konsumen. Saran yang diberikan adalah agar Glad2Glow meningkatkan dimensi *credibility* dari *brand ambassador* dan *user image* untuk memperkuat *brand image*, serta mempertimbangkan penambahan variabel lain dalam penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran di industri *skincare*.

Kata kunci: *Brand ambassador*, *Brand image*, Glad2Glow, Syifa Hadju

Mega Ardhiani Kartika (1408521058), “The Influence of Syifa Hadju as a Brand Ambassador in Enhancing the Brand Image of Glad2Glow Products (Survey of Instagram Followers @Glad2Glow)”, Final Project Scientific Paper, 2025; 118 Pages; 12 Attachment; 8 Books; 49 Journals 2020-2025; 6 Sites

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Syifa Hadju as a brand ambassador in enhancing the brand image of Glad2Glow products among the followers of Instagram account @Glad2Glow. The background of this research is based on the importance of the role of brand ambassadors in building brand image, especially in today's digital era, where social media has become the primary platform for marketing. The theories used in this study include the concepts of brand ambassador and brand image, which explain how the presence of public figures can affect consumer perceptions of a brand. The research method employed is a quantitative approach with random sampling techniques, involving 100 respondents who are followers of Instagram @Glad2Glow. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The analysis results indicate that the dimensions of the brand ambassador, namely visibility, credibility, attraction, and power, have the highest mean value in the visibility dimension (3.45), while the brand image shows the highest mean value in the corporate image dimension (3.52). The findings of the study reveal a positive and significant influence of Syifa Hadju's presence as a brand ambassador in enhancing the brand image of Glad2Glow products, with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination (R^2) of 0.364. This indicates that 36.4% of the brand image is influenced by the role of the brand ambassador. The conclusion of this study is that the right brand ambassador can strengthen the brand image in the eyes of consumers. The recommendations provided suggest that Glad2Glow should enhance the credibility dimension of the brand ambassador and the user image to strengthen the brand image, as well as consider adding other relevant variables in future research to obtain more comprehensive results. This study is expected to contribute to the development of marketing strategies in the skincare industry.

Keywords: Brand ambassador, Brand image, Glad2Glow, Syifa Hadju

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas Universitas Negeri Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Ardhiani Kartika

NIM : 1408521058

Program Studi : D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Jenis Karya : Tugas Akhir Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Syifa Hadju Sebagai *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan *Brand Image* Produk Glad2Glow (Survei *Followers* Instagram @Glad2Glow)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Juli 2025

Yang menyatakan,

Jakarta, 11 Juli 2025

Mega Ardhiani Kartika

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ...Error! Bookmark not defined.	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Perumusan Masalah	25
1.3 Batasan Masalah.....	25
1.4 Tujuan Penelitian	25
1.5 Manfaat Penelitian	25
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	27
2.1 Deskripsi Konseptual	27
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	27
2.1.2 <i>Brand Image</i>	30
2.2 Penelitian Relevan	32
2.3 Kerangka Berpikir	41
2.4 Hipotesis.....	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	44

3.2.2 Waktu Penelitian.....	44
3.3 Definisi dan Oprasional Variabel	45
3.3.1 Variabel Bebas (X)	45
3.3.2 Variabel Terikat (Y).....	46
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Sampel	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Analisis Data	58
3.6.1 Uji Normalitas.....	59
3.6.2 Uji Linearitas	59
3.6.3 Analisis Regresi Sederhana	60
3.6.4 Uji Parsial	60
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi	61
3.7 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	61
3.7.1 Validitas.....	62
3.7.2 Reliabilitas	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Identitas Responden.....	68
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	69
4.2.3 Uji Normalitas.....	83
4.2.4 Hasil Uji Linearitas	84
4.2.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	84
4.2.6 Uji Parsial	85

4.2.7 Uji Koefisien Determinasi	86
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang Relevan	36
Table 3. 1 Waktu Penelitian	45
Table 3. 2 Operasionalisasi Konsep	48
Table 3. 3 Indikator Skala Likert	56
Table 3. 4 Hasil Validitas Variabel X dan Y	63
Table 3. 5 Hasil Reliabilitas Variabel X	65
Table 3. 6 Hasil Reliabilitas Variabel Y	65
Tabel 4. 1 Hasil Identitas Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 2 Hasil Identitas Usia	69
Tabel 4. 3 Tabel Pernyataan X1.1	70
Tabel 4. 4 Tabel Pernyataan X1.2.....	70
Tabel 4. 5 Tabel Pernyataan X1.3.....	71
Tabel 4. 6 Tabel Pernyataan X1.4.....	72
Tabel 4. 7 Tabel Pernyataan X1.5.....	72
Tabel 4. 8 Tabel Pernyataan X1.6.....	73
Tabel 4. 9 Tabel Pernyataan X1.7.....	74
Tabel 4. 10 Tabel Pernyataan X1.8.....	75
Tabel 4. 11 Tabel Pernyataan X1.9.....	76
Tabel 4. 12 Tabel Pernyataan X1.10.....	76
Tabel 4. 13 Tabel Pernyataan Y1.1	78
Tabel 4. 14 Tabel Pernyataan Y1.2.....	78
Tabel 4. 15 Tabel Pernyataan Y1.3.....	79
Tabel 4. 16 Tabel Pernyataan Y1.4.....	80
Tabel 4. 17 Tabel Pernyataan Y1.5.....	81
Tabel 4. 18 Tabel Pernyataan Y1.6.....	81
Tabel 4. 19 Tabel Pernyataan Y1.7.....	81
Tabel 4. 20 Tabel Pernyataan Y1.8.....	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4. 22 Hasil Uji Linearitas	84
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	84

Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial	85
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	17
Gambar 1. 2 Presentasi <i>Skincare</i> Paling Sering Digunakan	18
Gambar 1. 3 Produk Glad2Glow.....	19
Gambar 1. 4 Peringkat Media Sosial yang Digunakan di Indonesia Tahun 2025	20
Gambar 1. 5 Syifa Hadju Instagram Analysis, Net Worth & Earnings	22
Gambar 1. 6 Feeds Instagram Glad2Glow bersama Syifa Hadju	23
Gambar 1. 7 Comment pada feeds Instagram Glad2Glow	23
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	41
Gambar 3. 1 Jumlah <i>followers</i> Glad2Glow.....	54
Gambar 4. 1 Logo Glad2Glow.....	66
Gambar 4. 2 Syifa Hadju Pada Kampanye Glad2Glow.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instagram Glad2Glow.....	100
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner	104
Lampiran 4. Tabulasi Data 30 Responden Kuesioner Variabel X dan Y	105
Lampiran 5. Tabulasi Data 100 Responden Kuesioner X dan Y	106
Lampiran 6. Hasil Validitas Variabel X.....	109
Lampiran 7. Hasil Validitas Variabel Y.....	109
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	110
Lampiran 9. Hasil Uji Linearitas.....	110
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	110
Lampiran 11. Formulir Bimbingan Kegiatan Tugas Akhir.....	111
Lampiran 12. <i>Letter Of Acceptance</i>	112
Lampiran 13. Riwayat Hidup.....	113

