

**PENGARUH AZIZAH SALSHA SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK JIERA
(Studi Kuantitatif pada Remaja Perempuan di Surabaya)**



Oleh:

Zefanya Debora Aprilia

NRP. 1423022083

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
TAHUN 2025**

SKRIPSI

PENGARUH AZIZAH SALSHA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK JIERA

(Studi Kuantitatif pada Remaja Perempuan di Surabaya)

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala**



Oleh:

Zefanya Debora Aprilia

NRP. 1423022083

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

TAHUN 2025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Zefanya Debora Aprilia

NRP 1423022083

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam proposal skripsi berjudul:

**PENGARUH AZIZAH SALSHA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR
TERHADAP CITRA MEREK JIERA**

(Studi Kuantitatif pada Remaja Perempuan di Surabaya)

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 6 Januari 2026

Penulis,



Zefanya Debora Aprilia

NRP. 1423022083

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Khatolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada : Selasa, 06 Januari 2026

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

2. Wakil : Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0701067803

3. Sekretaris 1 : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

4. Sekretaris 2 : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607

This block contains four handwritten signatures, each corresponding to a member of the Skripsi Examination Board. The signatures are written in black ink and are positioned to the right of the names and NIDN numbers. Each signature is enclosed in a dotted line, indicating the space for the signature.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH AZIZAH SALSHA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK JIERA

(Studi Kuantitatif pada Remaja Perempuan di Surabaya)

Oleh:

Zefanya Debora Aprilia

NRP. 1423022083

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0701067803

Pembimbing II : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607

Surabaya, 06 Januari 2026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Zefanya Debora Aprilia

NRP 1423022083

Menyetujui proposal skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **PENGARUH AZIZAH SALSHA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK JIERA (Studi Kuantitatif pada Remaja Perempuan di Surabaya)**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6 Januari 2026

Yang menyatakan,



Zefanya Debora Aprilia

NRP. 1423022012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas kasih dan penyertaan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa juga dukungan dari orangtua yang memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan penulis, serta saudara dan teman-teman yang menjadi saksi penulis saat menyelesaikan skripsi ini. Kepada Kampus Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang sudah menjadi tempat penulis untuk menimba ilmu.

Kepada kedua Dosen Pembimbing, Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. dan Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom yang selalu menyempatkan waktu untuk memberikan masukan-masukan demi kelancaran penelitian ini. Terima Kasih untuk semua pihak yang telah terlibat, Semoga proposal skripsi yang dibuat oleh peneliti dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Tuhan Memberkati

Surabaya, 10 Oktomer 2025

Zefanya Debora Aprilia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas kasih dan penyertaan-Nya, sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Setiap proses yang dilalui menjadi pengalaman berharga yang tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Karya proposal ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang tak pernah berhenti untuk anak pertamanya.
2. Adik tersayang, yang selalu memberi semangat dan keceriaan di setiap langkah perjuangan.
3. Para dosen pembimbing, Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. dan Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom., terima kasih atas bimbingan, ilmu, serta motivasi yang menjadi penyemangat untuk terus maju meski jalan tidak selalu mudah.
4. Para dosen penguji, Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. dan Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. atas saran dan masukannya sehingga skripsi ini bisa lebih kaya sudut pandang dan tajam.
5. Teman-teman seperjuangan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu hadir di tengah perjuangan menyelesaikan proposal ini
6. Kepada Bernadus Christyan Regent Utomo, Selakupasangan sekaligus support

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1.....	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang Masalah	13
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Batasan Masalah.....	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
BAB 2.....	24
PERSPEKTIF TEORI.....	24
II.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel II.1	24
II.2 Tinjauan Pustaka.....	29
II.2.1 Brand Ambassador.....	29
II.2.2. Citra Merek	31
II.2.3 Remaja	33
II.3 Nisbah Antar Konsep	34
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	36
II.5 Hipotesis	37
BAB 3.....	38
Metode Penelitian.....	38
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38

III.2 Metode Penelitian	38
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	39
III.4 Definisi Konseptual	39
III.4.1 Brand Ambassador	39
III.4.2 Citra.....	40
III.5 Definisi Operasional	40
III.5.1 Brand Ambassador	40
III.5.2 Citra Merek.....	42
III.6 Populasi dan Sampel.....	43
III.6.1 Populasi	43
III.6.2 Sampel.....	44
III.7 Teknik Penarikan Sampel	45
III.8. Teknik Pengumpulan Data	45
III.9 Teknik validitas dan Reliabilitas	46
III.9.1 Validitas.....	46
III.9.2 Reliabilitas	47
III.10 Teknik Analisis data.....	48
III.10.1. Coding	48
III.10.2. Statistik Deskriptif	49
III.10.2.1 Uji Linearitas	49
III.10.2.2 Uji Korelasi.....	49
III.10.2.3. Uji Regresi	51
III.10.2.4. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	51
IV.1.1 Remaja Perempuan Surabaya.....	51
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
IV.2.2 Uji Reliabilitas	53
IV.3 Hasil Penelitian.....	54
IV.3.1 Identitas Responden.....	54
IV.3.2 Deskripsi Variabel X	55
IV.3.2.1 Visibility	55
IV.3.2.2 Credibility.....	56
IV.3.2.3 Attractiveness.....	57
IV.3.2.4 Power	58
IV.3.2.5 Total Skor Interval.....	59

IV.3.2.6 Deskripsi Hasil Variabel Brand Ambassador	60
IV.3.3 Deskripsi Variabel Y.....	60
IV.3.3.1 Corporation Image.....	61
IV.3.3.2 User Image.....	62
IV.3.3.3 Product Image	63
IV. 3.3.4 Deskripsi Hasil Variabel Citra Merek	63
IV.4 Analisis Data	64
IV.4.1 Uji Normalitas.....	65
IV.4.2 Uji Linearitas	66
IV.4.3 Uji Korelasi	66
IV.4.4 Uji Regresi	67
IV.4.5 Uji Signifikansi Hipotesis	68
IV.4.6 Uji Tabulasi Silang.....	68
IV.4.6.1 Analisis Tabulasi Silang Usia *Brand Ambassador dan Citra Merek ..	68
IV.4.6.2 Analisis Tabulasi Pekerjaan *Brand Ambassador dan Citra Merek....	68
BAB V	69
V.1 Kesimpulan.....	69
V.2 Saran	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Data Statistik Penduduk Surabaya Tahun 2024.....	31
Tabel 4.1 Tabel Validitas Variabel X dan Y.....	43
Tabel 4.2 Tabel Reliabilitas Variabel Brand Ambassador	44
Tabel 4.3 Tabel Reliabilitas Variabel Citra Merek	45
Tabel 4.6 Deskripsi Elemen Visibility Variabel Brand Ambassador	49
Tabel 4.7 Deskripsi Elemen Credibility Variabel Brand Ambassador	51
Tabel 4.8 Deskripsi Elemen Attractiveness Variabel Brand Ambassador.....	53
Tabel 4.9 Deskripsi Elemen Power Variabel Brand Ambassador	54
Tabel 4.10 Hasil Mean Variabel Brand Ambassador.....	55
Tabel 4.11 Deskripsi Elemen Corporation Image Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.12 Deskripsi Elemen User Image Variabel Citra Merek.....	56
Tabel 4.13 Deskripsi Elemen Product Image Variabel Citra Merek.....	57
Tabel 4.14 Hasil Mean Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.19 Tabulasi Silang Usia Brand Ambassador dan Citra Merek	66
Tabel 4.20 Tabulasi Silang Kegiatan Brand Ambassador dan Citra Merek	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prilly Latuconsina BA Implora dan Bernadya BA Somethinc	2
Gambar 1.2 Logo Jiera	4
Gambar 1.3 Produk Jiera	4
Gambar 1.4 Jiera Menjadi <i>Lip Care</i> Produk Unggulan.....	5
Gambar 1.5 Grafik Pencarian Produk Jiera.....	6
Gambar 1.6 Azizah Salsha.....	7
Gambar 1.7 Photoshoot Azizah Salsha Bersama Produk Jiera.....	8
Gambar 4.4 Deskripsi Variabel Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.5 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kegiatan.....	48
Gambar 4.15 Hasil Tabel Normalitas	60
Gambar 4.16 Hasil Tabel Linearitas	61
Gambar 4.17 Hasil Tabel Korelasi	62
Gambar 4.18 Hasil Tabel Regresi.....	63

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* terhadap citra produk dengan studi kasus Azizah Salsha sebagai duta merek produk kecantikan Jiera pada perempuan di Surabaya. Latar belakang penelitian didasari oleh tren penggunaan *brand ambassador* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek, membangun citra positif, serta memengaruhi keputusan pembelian. Kasus yang melibatkan Azizah Salsha menarik dikaji karena berpotensi mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra produk yang diwakilinya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei pada perempuan berusia 17-25 tahun di Surabaya yang mengenal produk Jiera dan pernah melihat promosi yang menampilkan Azizah Salsha. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert yang mengukur variabel *brand ambassador* (*visibility, credibility, attractiveness, power*) dan citra produk (*corporate image, user image, product image*).

Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman tentang pengaruh figur publik terhadap citra produk serta menjadi masukan bagi perusahaan dalam memilih *brand ambassador* yang tepat.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Citra Produk, Jiera, Azizah Salsha, Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of a brand ambassador on product image, with a case study of Azizah Salsha as the brand ambassador for Jiera beauty products among women in Surabaya. The background of this research is based on the trend of using brand ambassadors as a marketing strategy to increase brand awareness, build a positive image, and influence purchasing decisions. The case involving Azizah Salsha is particularly interesting to examine as it has the potential to affect consumers' perceptions of the product's image she represents.

This research employs a quantitative method with a survey approach involving women aged 17-25 in Surabaya who are familiar with Jiera products and have seen promotions featuring Azizah Salsha. Data were collected through a Likert scale questionnaire measuring the variables of brand ambassador (visibility, credibility, attractiveness, power) and product image (corporate image, user image, product image).

The results of this study are expected to provide insights into the influence of public figures on product image and serve as input for companies in selecting the right brand ambassador.

Keywords: *Brand Ambassador, Product Image, Jiera, Azizah Salsha, Marketing*