

202110040311346
Divi Balgis Maharani
Ilmu Komunikasi

**PERSEPSI AUDIENCE PADA KONTEN CELEBRITY ENDORSEMENT DAN
BRAND AMBASSADOR BROMEN**

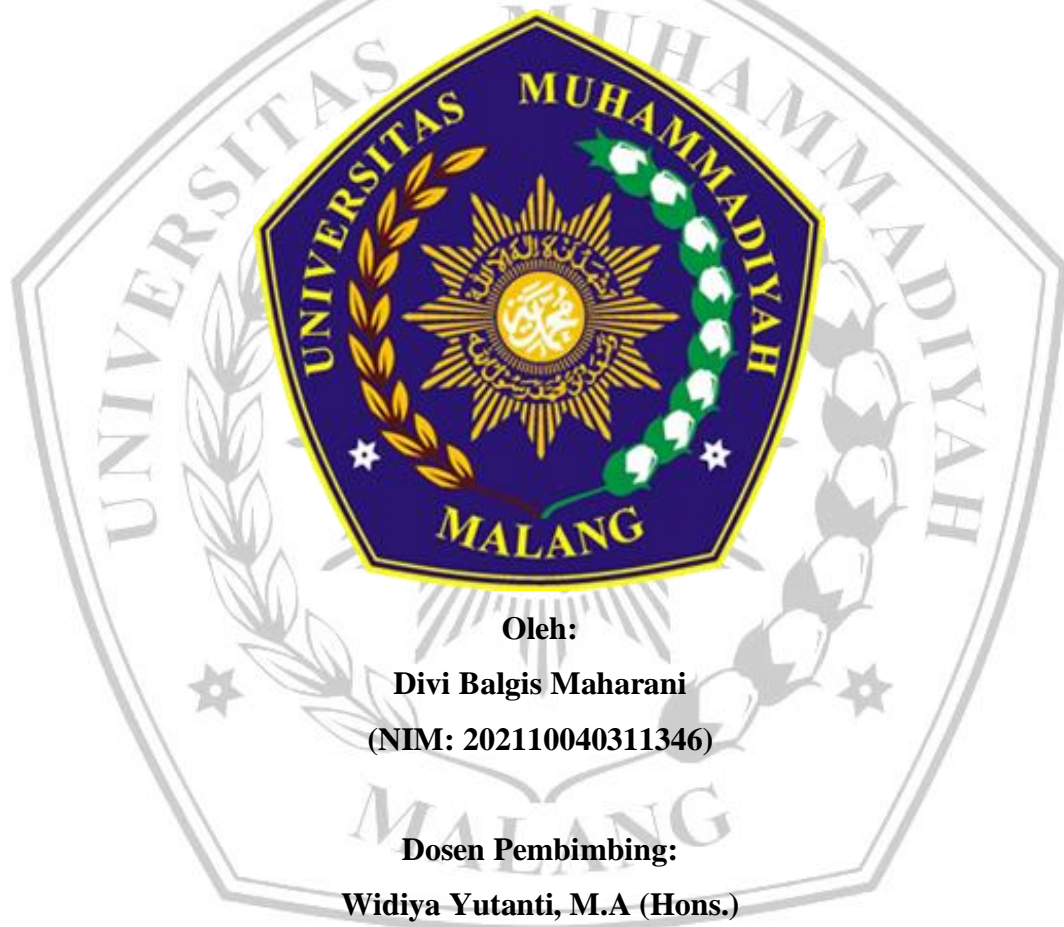
(Studi pada Followers @suryainsomnia)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:

**Divi Balgis Maharani
(NIM: 202110040311346)**

Dosen Pembimbing:

Widiya Yutanti, M.A (Hons.)

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
MALANG 2025**


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


JUDUL SKRIPSI	
PERSEPSI AUDIENCE PADA KONTEN CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND AMBASSADOR BROMEN (Studi pada Followers @suryainsomnia)	
Diajukan Oleh :	
<u>DIVI BALGIS MAHARANI</u> 202110040311346	
Telah disetujui <i>Kamis 08 Januari 2026</i>	
Pembimbing I	
	
<u>Widiva Yutanti, M.A (Hons.)</u>	
Wakil Dekan I	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
  <u>Dr. Juhri Susilo, M.Si.</u>	 <u>Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.</u>

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

<h1>SKRIPSI</h1>	
Dipersiapkan dan disusun oleh :	
<u>DIVI BALGIS MAHARANI</u> 202110040311346	
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan L U L U S Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi Kamis, 8 Januari 2026 Dihadapan Dewan Penguji	
Dewan Penguji :	
1. Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.	()
2. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom	()
3. Widiya Yutanti, M.A (Hons.)	()
Mengetahui Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
  Joko Susilo, M.Si.	

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG


UMMPASTI


Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : Divi Balgis Maharani
NIM : 202110040311346
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)

Disetujui,
Pembimbing


Widiya Yutanti, M.A (Hons.)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Novin Farid Setyo W., S.Sos, M.Si




Kampus I
Jl. Bawangs 1 Malang, Jawa Timur
t: +62 341 521 252 (Hunting)
f: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendulungan Sukani No.168 Malang, Jawa Timur
t: +62 341 551 149 (Hunting)
f: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
t: +62 341 464 318 (Hunting)
f: +62 341 460 435
e: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Divi Balgis Maharani
NIM	: 202110040311346
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang


Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa


1. Tugas Akhir dengan Judul :


Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Malang, 12 November 2025
Yang Menyatakan,

Divi Balgis Maharani

 METERAI TEMPEL
DANX186661894



Kampus I Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sulam No 186 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 148 (Hunting) F: +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	---	--

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XI/2025


Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:


Nama	: Divi Balgis Maharani
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311346
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 12 November 2025

Dosen Pembimbing


Widiya Yutanti, M.A (Hons.)



Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 148 (Hunting) F: +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 318 (Hunting) F: +62 341 480 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	--	--

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Divi Balgis maharani
NIM : 202110040311346
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (Sembilan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

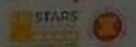
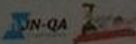
Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 November 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Novin Farid Setyo W., S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bahubali 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 430

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 140 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 318 (Hunting)
F: +62 341 450 430
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN

2017-11-29 TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:
Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada
Followers @suryainsomnia)

Oleh:

Nama : Divi Balgis Maharani

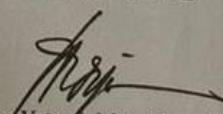
NIM : 202110040311346

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 12 November 2025

Pembimbing I/Promotor


Widiya Yutanti, M.A (Hons.)

NIP. 10303090396



Kampus I

Jl. Brawijaya 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435


Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 348 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI


 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Divi Balgis Maharani
NIM : 2021-396

Hasil Plagiasi : 16/12

BAB I	3			
BAB II	2			
BAB III	9			

BAB IV	0			
BAB V	6			
BAB VI				

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 16 Desember 2021
Admin Plagiasi Prodi,
M. Dasuki

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Rabu, 12 November 2025
Pukul 14.10 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Divi Balgis Maharani
NIM	202110040311346
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Broma (Studi pada Followers @suryainsomnia)
Pembimbing	Widiya Yutanti, M.A (Hons.)
Dosen Penguji 1	Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Malang, 12 November 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Widiya Yutanti, M.A (Hons.)

Novin Farid Setyo W., S.Sos, M.Si.

Mengetahui,
Kepala Prodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Setyo W., S.Sos, M.Si





Kampus I
Jl. Bawening 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435


Kampus II
Jl. Dendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

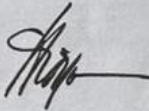

LMM


LMMPASTI


**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

NO	NAMA	NIM	PROGRAM 'STUDI
1.	Daffa Tsalaatsa Putra	202110040311376	Ilmu Komunikasi
2.	Agung Budi prasetyo	202110040311349	Ilmu Komunikasi
3.	Putri Saviira Fauzia Syamsir	202010040311031	Ilmu Komunikasi
4.	Muhammad Faisal Husni	202110040311489	Ilmu Komunikasi
5.	Gemilang Boy Aprillian	202110040311288	Ilmu Komunikasi
6.	Risky Lestari	202110040311071	Ilmu Komunikasi
7.	Ainia Indah Cahyani	202110040311355	Ilmu Komunikasi
8.	Shalamah Syaharbanu A.	202110040311495	Ilmu Komunikasi
9.	Mutiara Nahyati	202110040311435	Ilmu Komunikasi
10.	Reza Amanda Sugito	202110040311354	Ilmu Komunikasi
11.	Aisyah Annadzari Fadilatuz S.	202110040311296	Ilmu Komunikasi
12.	M. Nayaka Muviawan	202110040311086	Ilmu Komunikasi
13.	Muhammad Hisni	202210040311355	Ilmu Komunikasi
14.	Wahyu Egi Pratama	202110040311166	Ilmu Komunikasi
15.	Amila Nuuru Rosyida	202010040311438	Ilmu Komunikasi

Malang, 12 November 2025
Dosen Pembimbing,



Widiya Yutanti, M.A (Hons.)



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 789 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Divi Balgis Maharani
2. NIM : 202110040311346
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A (Hons.)
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
09/11/24	Pengajuan judul penelitian " Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)"	
22/12/24	Konsultasi Bab I, II, III	
11/01/24	Seminar Proposal Bab I,II,III	
22/01/25	Revisi judul, Bab I,II,III	
20/02/25	Acc judul penelitian "Persepsi Audience pada Konten Celebrity Endorsement dan Brand Ambassador Bromen (Studi pada Followers @suryainsomnia)"	
14/02/25	Konsultasi Bab I, II, III	
30/06/25	Acc untuk melakukan pengumpulan data	
03/11/25	Konsultasi Bab IV, V	
05/11/25	Acc untuk Seminar Hasil	
12/11/25	Seminar Hasil	

Malang, 12 November 2025

Dosen Pembimbing,

Widiya Yutanti, M.A (Hons.)



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No.188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Perkembangan pesat media sosial telah mengubah cara brand berinteraksi dengan konsumen, di mana figur publik kini berperan penting dalam membentuk citra dan kepercayaan terhadap produk. Fenomena *celebrity endorsement* dan *brand ambassador* menjadi strategi utama dalam pemasaran digital, termasuk yang dilakukan oleh Surya Insomnia melalui kolaborasinya dengan Bromen, sebuah merek skincare pria lokal. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi audiens terhadap konten promosi yang melibatkan Surya Insomnia sebagai representasi Bromen di Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Studi Deskriptif untuk menggali pengalaman subjektif audiens. Landasan teorinya adalah *Social Judgment Theory* (Sherif & Hovland), yang menjelaskan bagaimana individu menilai pesan berdasarkan sikap awal (*anchor*), rentang penerimaan (*latitude of acceptance*), rentang penolakan (*latitude of rejection*), sikap netral (*latitude of noncommitment*), serta tingkat keterlibatan emosional (*ego involvement*). Data dikumpulkan melalui wawancara daring dengan enam pengikut aktif akun @suryainsomnia dan dokumentasi interaksi di media sosial.

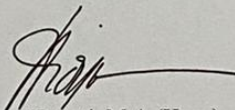
Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar audiens memandang Surya Insomnia sebagai sosok yang autentik, humoris, dan kredibel, sehingga pesan promosi terasa natural dan selaras dengan karakter pribadinya. Hal ini menempatkan konten promosi Bromen dalam wilayah penerimaan audiens (*latitude of acceptance*), karena kesesuaian citra antara figur dan brand. Keaslian dan konsistensi personal branding terbukti menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan dan keterikatan emosional audiens terhadap produk.

Kesimpulannya, keberhasilan *celebrity endorsement* tidak hanya dipengaruhi oleh popularitas dan keselarasan nilai, tetapi juga oleh bagaimana konten dipresentasikan dengan baik. Pemilihan brand ambassador atau *celebrity endorser* yang tepat, yang dapat mengemas pesan secara autentik dan relevan, akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap brand tersebut.

Kata kunci: persepsi audiens, *celebrity endorsement*, *brand ambassador*, media sosial, Bromen, Surya Insomnia.

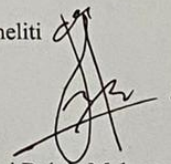
Malang, November 2025

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A (Hons)

Peneliti



Divi Balgis Maharani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, karunia, serta ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tanpa rahmat dan pertolongan-Nya, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Segala kemudahan, kekuatan, serta ketenangan yang penulis rasakan selama proses penyusunan skripsi ini merupakan bentuk kasih sayang Allah SWT yang patut untuk selalu disyukuri.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan, tantangan, serta proses panjang yang harus dilalui. Oleh karena itu, terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak yang dengan tulus kebersamai penulis hingga tahap akhir pendidikan ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berperan penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan penulis selama ini.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan rahmat, kesehatan, kekuatan, serta ridho-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Setiap proses, kemudahan, dan keteguhan hati yang penulis rasakan merupakan bukti nyata atas pertolongan-Nya.
2. **Kedua orang tua tercinta, Ayah Heru dan Bunda Kristanti**, yang telah memberikan dukungan secara penuh kepada penulis. Terima kasih atas setiap doa yang senantiasa menyertai langkah penulis, atas setiap ridho yang diberikan dalam setiap keputusan yang diambil, serta atas kesabaran luar biasa dalam menunggu hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pencapaian ini tidak akan pernah terwujud tanpa peran besar Ayah dan Bunda yang telah mengantarkan penulis hingga berada di tahap ini dan menjadikan penulis seorang sarjana. Penulis berharap pencapaian ini tidak berhenti sampai di sini, dan kelak penulis mampu membahagiakan Ayah dan Bunda melalui pencapaian-pencapaian selanjutnya.

3. **Adik tersayang, Devi Batrisya Kinanti**, Penulis berharap kelak ananda dapat menjadi pribadi yang lebih baik dari penulis, memperoleh pendidikan yang lebih tinggi, serta mencapai kesuksesan di masa depan. Doa tulus penulis selalu menyertai setiap langkah ananda, semoga senantiasa dikelilingi kebahagiaan, keberuntungan, dan hal-hal baik di masa mendatang. Terimakasih karena selalu menjadi salah satu alasan untuk menyelesaikan pendidikan ini agar dapat menjadi contoh terbaik untuk ananda.
4. **Ibu Widiya Yutanti, S.Sos., M.A.**, selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, bersikap sangat suportif dan kooperatif, serta selalu memberikan arahan dan masukan yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik.
5. **Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang**, khususnya Bapak **Nasrullah, M.Si.**, Bapak **Jamroji, S.Sos., M.Comms**, Ibu **Arum Martikasari, M.Med.Kom.**, Ibu **Isnani Dzuhrina, S.Sos., M.**, Bapak **Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.**, Bapak **Rahadi, M.Si.**, dan Bapak **Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.**, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, pelajaran, serta kesempatan berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi sejak tahun 2021. Seluruh pembelajaran tersebut menjadi bekal penting bagi penulis dalam kehidupan akademik maupun nonakademik.
6. **Teman-teman seperjuangan** yang telah kebersamai penulis selama menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Malang dengan penuh suka cita dan kebahagiaan, yaitu Aulia Chandra, Zuhra Kamila, Manda Nadia, Reza Amanda, Aisyah Annadzari, Mutiara Nahyati, Ainia Indah, Gemilang Boy, Daffa Tsalasa, Agung Budi, Bintang Bachtiar, Nayaka Muviawan, dan Agus Dwi. Terima kasih atas semua kebaikan, dukungan, kebersamaan, serta kenangan yang telah dilalui bersama. Semoga kelak kita semua dapat dipertemukan kembali di titik terbaik versi masing-masing.
7. **HIMAKOM beserta seluruh pengurus dan anggotanya**, yang telah menjadi rumah, ruang belajar, dan tempat bertumbuh bagi penulis. Tidak dapat dipungkiri bahwa HIMAKOM memiliki peran penting dalam perjalanan penulis selama berada di Universitas Muhammadiyah Malang dan akan selalu menjadi memori baik yang tak

terlupakan. Penulis berharap HIMAKOM terus tumbuh dan menjadi akar kehidupan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi lainnya.

8. **Urban Team / Urban Smile Dental Studio**, yang telah menjadi tempat belajar lain bagi penulis dalam mengembangkan kemampuan di bidang media sosial. Terima kasih kepada seluruh dokter dan staf yang telah memberikan kepercayaan, pengalaman, serta menjadi alasan bagi penulis untuk terus berkembang setiap harinya.
9. **Diri penulis sendiri**, terima kasih karena telah menuntaskan apa yang telah dimulai, bertanggung jawab menyelesaikan skripsi ini meskipun dibarengi dengan bekerja, serta tetap berdiri tegap menjalani perjalanan menuju gelar sarjana satu per satu. Meskipun perjalanan ini ditempuh dengan waktu yang tidak singkat, penulis merasa bangga karena mampu menyelesaikan pendidikan ini, membanggakan orang tua, serta menjadi sarjana pertama dalam keluarga. Semoga ke depannya penulis terus berkembang dan mampu mencapai puncak karier yang selama ini didambakan.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	viii
HASIL CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	xi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR PUSTAKA	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	10
BAB III	17
METODE PENELITIAN	17
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN	17
3.2 JENIS PENELITIAN	17

3.3 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	18
3.4 SUBJEK PENELITIAN.....	19
3.4.1 Kriteria Subjek Penelitian.....	19
3.4.2 Prosedur Pemilihan Informan	20
3.4.3 Alasan Jumlah Informan Menjadi 6 Orang	21
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	21
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	22
3.7 TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	24
BAB IV	26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.2 Profil Brand Broman	28
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian.....	29
4.3 Temuan Penelitian	40
4.4 Analisis dan Pembahasan	43
BAB V.....	64
PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	64
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis	65

DAFTAR PUSTAKA

- Wurjanti, W. (2025). Public Response to# JalanBerkeselamatan Campaign on TikTok: A Social Judgment Theory Analysis. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 1-26.
- Kurniawan, I. M. H., & Suhaimi, H. (2021). LOCAL INFLUENCER ENDORSEMENTS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTIONS: A REPLICATION STUDY FOR THE INDONESIAN SMES. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 7(2), 161-161.
- Pramesthi, H. K., Prasetyo, B. D., & Safitri, R. (2024). Rivalry of celebrity and influencer endorsement for advertising effectiveness. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 10(1), 079-092.
- Darmawati, D., & Basri, H. (2023). The practice of tourism product endorsement: Perspective of Islamic business ethics in social media.
- Kurniawan, R., Suhud, U., Kosasih, F. R., & Ramdani, Z. (2023). Relationship Model Analysis of Personal Factors, Celebrity Endorsement, Buying Behavior, and Word of Mouth on Tourists on Komodo Island. *Jurnal Perspektif*, 7(1), 9-22.
- Jesica, R., Zulaikah, Z., & Susanti, Y. (2025). The Influence of Celebrity Endorsement and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions on Shopee With Consumer Confidence as a Moderation Variable in Islamic Business Perspective (Study on Shopee Generation Z Consumers in Bandar Lampung). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 10785-10803.
- Nwaoboli, E. P. (2022). Use of celebrities in social media advertising and customer purchasing decision: An analysis of Helen Paul's hypo bleach advertisements. *International Journal of Multidisciplinary Approach and Studies*, 9(6), 77-88.
- Koch, T. K., Frischlich, L., & Lermer, E. (2023). Effects of fact-checking warning labels and social endorsement cues on climate change fake news credibility and engagement on social media. *Journal of Applied Social Psychology*, 53(6), 495-507.
- Burhanudin, S., & Aristhya, I. P. (2025). Persepsi Publik Tentang Brand Awareness Produk Jersey Timnas Indonesia Erspo di Kota Semarang. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 898-909.
- Syarifah, I. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1).
- Novedian, K., Ollivia, S., Vertikal, N. J., & Siahaan, C. (2024). Selebgram Endorsement Sebagai Tren Pemasaran Produk di Media Sosial Instagram. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 704-709.
- Rama, R., & Pratiwi, R. (2021). Pengaruh celebrity endorse terhadap keputusan pembelian smartphone dengan persepsi nilai sebagai moderasi. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 58-70.
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh brand trust dan celebrity endorse terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(2), 177-186.
- Ichsan, A. N., & Rochmaniah, A. (2024). Persepsi Pengikut Instagram@ disperpusip_sidoarjo terhadap Promosi Perpustakaan. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 12-12.

Ar-Rasyi, H. H. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 183-193.

Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2011). "The SAGE Handbook of Qualitative Research." SAGE Publications.

Creswell, J.W. (2013). "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches." SAGE Publications.

Sugiyono, (2016). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Bandung: Alfabeta.

Schau, H.J., et al. (2009). "Social Media and Consumer Engagement: An Empirical Study." *Journal of Marketing Research*.

Tuten, T.L., & Solomon, M.R. (2017). "Social Media Marketing." SAGE Publications.

Creswell, J.W. (2013). "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches." SAGE Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). SAGE Publications.

Nasution, S. (1996). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
<https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisa data kualitatif*.

Sherif, C., & Hovland, C. I. (1961). *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*. Yale University Press.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. SAGE Publications.

<https://journal.pubmedia.id/index.php/jlis/article/view/2644/2691> Ichsan, A. N., & Rochmaniah, A. (2024). Persepsi Pengikut Instagram@ disperpusip_sidoarjo terhadap Promosi Perpustakaan. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 12-12.

Chauhan, G., & Gupta, M. S. Brand Management and Positioning: Strategies to create, develop, and maintain brand equity. *MEDIA EDUCATION AND NATIONAL EDUCATIONAL POLICY*, 290.

Boer, R. F., & Lesmana, D. (2018). Eksplorasi faktor beliefs dan attitudes: Kajian terhadap social judgement theory di era media digital. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(01), 051-063.

Musdhalifa, D., & Syaifudin, M. (2023). Persepsi dan komunikasi dalam organisasi pendidikan. *Jurnal Al-Kifayah: Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 2(1), 69-83.

- Suci, A. K. W., & Nabhan, F. (2024). Brand Awareness Dalam Upaya Meleverage Islamic Branding dan Celebrity Endorser. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 50-64.
- Ichsan, A. N., & Rochmaniah, A. (2024). Persepsi Pengikut Instagram@ disperpusip_sidoarjo terhadap Promosi Perpustakaan. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 12-12.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of consumer research*, 16(3), 310-321.

