

**CELEBRITY ENDORSEMENT SELEBGRAM FADIL JAIDI SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR DALAM KONTEN REXONA MELALUI
INSTAGRAM @rexona_id**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata

Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**DAPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2025

**CELEBRITY ENDORSEMENT SELEBGRAM FADIL JAIDI SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR DALAM KONTEN REXONA MELALUI
INSTAGRAM @rexona_id**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*



Oleh :
Muhammad Fikry Meivent
1910862002

Dosen Pembimbing :
Revi Marta, S.Sos,M.I.Kom
Ilham Havifi, M.I.Kom

**DAPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ABSTRAK

CELEBRITY ENDORSEMENT SELEBGRAM FADIL JAIDI SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DALAM KONTEN REXONA MELALUI INSTAGRAM @rexona_id

Oleh :

Muhammad Fikry Meivent

1910862002

Dosen Pembimbing :

Revi Marta, M.I.Kom.

Ilham Havifi, M.I.Kom.

Fenomena celebrity endorsement semakin berkembang di era digital, termasuk melalui platform media sosial seperti Instagram. Salah satu contoh yang menarik adalah endorsement Fadil Jaidi sebagai brand ambassador dalam konten promosi Rexona di Instagram @rexona_id. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi audiens terhadap personal branding Fadil Jaidi dalam kampanye endorsement tersebut. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menganalisis data dari wawancara mendalam dengan beberapa informan yang telah terpapar konten promosi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fadil Jaidi dipersepsikan sebagai figur yang autentik, humoris, dan relatable, sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Faktor ini berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik endorsement yang ia lakukan. Selain itu, aspek kepercayaan dan kredibilitas juga menjadi faktor utama dalam membangun pengaruh terhadap keputusan audiens dalam menilai merek yang diiklankan. Audiens cenderung lebih menerima promosi produk yang dilakukan oleh figur yang mereka anggap jujur dan sesuai dengan kepribadian yang ditampilkan di media sosial. Penelitian ini memperkuat teori mengenai efektivitas celebrity endorsement dalam pemasaran digital serta memberikan wawasan bagi brand dalam memilih endorser yang sesuai dengan citra produk mereka.

Kata kunci: celebrity endorsement, Fadil Jaidi, personal branding, persepsi audiens, Instagram

ABSTRACT

FADIL JAIDI'S CELEBRITY ENDORSEMENT AS A BRAND AMBASSADOR IN REXONA'S PROMOTIONAL CONTENT ON INSTAGRAM @REXONA_ID

By :

Muhammad Fikry Meivent

1910862002

UNIVERSITAS ANDALAS

Supervisors:

Revi Marta, M.I.Kom.

Ilham Havifi, M.I.Kom.

The phenomenon of celebrity endorsement continues to grow in the digital era, particularly through social media platforms like Instagram. One interesting case is Fadil Jaidi's endorsement as a brand ambassador in Rexona's promotional content on Instagram (@rexona_id). This study aims to understand audience perceptions of Fadil Jaidi's personal branding in the endorsement campaign. Using a qualitative research method, this study analyzes data from in-depth interviews with informants who have been exposed to this promotional content. The findings show that Fadil Jaidi is perceived as an authentic, humorous, and relatable figure, creating emotional closeness with the audience. These factors contribute to the appeal of his endorsements. Additionally, trust and credibility play a major role in influencing the audience's perception of the advertised brand. Audiences tend to be more receptive to product promotions conducted by figures they consider honest and consistent with the persona they portray on social media. This research strengthens theories on the effectiveness of celebrity endorsement in digital marketing and provides insights for brands in selecting endorsers that align with their product image.

Keywords: *celebrity endorsement, Fadil Jaidi, personal branding, audience perception, Instagram*