

**Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam
Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu**

SKRIPSI

Oleh:

STEPHANIE ROSALIND

2171650099



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025**

**Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam
Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

STEPHANIE ROSALIND

2171650099



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stephanie Rosalind

NIM : 2171650099

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 24 Juni 2025



Stephanie Rosalind



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam Pengimplementasian
Komunikasi Pemasaran Terpadu

Oleh:

Nama : Stephanie Rosalind

No. Induk Mahasiswa : 2171650099

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 24 Juni 2025

Pembimbing,

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

NIDN : 0313119403

Ketua Program Studi,

Dekan,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)

NIDN : 0306108902

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)

NIDN : 314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

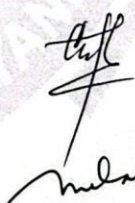
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 10 Juni 2025 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Stephanie Rosalind
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu"

oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Prof. Dr. Chontina Siahaan, M.Si.	Sebagai Ketua	
2 Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., M.Si.	Sebagai Anggota	
3 Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 24 Juni 2024



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Stephanie Rosalind
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 10 Juni 2025

Jakarta, 24 Juni 2025

Menyetujui:

Ketua Sidang/ Penguji I

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, M.Si.)

Penguji II

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., M.Si.)

Penguji III

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Stephanie Rosalind
Nomor Induk Mahasiswa : 2171650099
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Artis Cilik sebagai *Brand Ambassador* dalam Pengimplementasian Komunikasi Pemasaran Terpadu

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 24 Juni 2025
Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti sampaikan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, berkat, kasih dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Komunikasi Pemasaran Terpadu @Ultramimi dalam memaksimalkan Abe Cekut sebagai Brand Ambassador Produk Susu Ultra Mimi Kids".

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai tugas akhir penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia (FISIPOL UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

Pertama, orang tua penulis yaitu Alker Gultom dan Uli Seri Bulan Tampubolon yang sudah sangat tulus membesarkan dan merawat penulis sampai hari ini. Terima kasih untuk dukungan secara moril, materil maupun spiritual hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tolong hidup lebih lama di dunia ini, izinkan saya untuk dapat memberikan kebahagiaan yang mungkin tidak sebanding dengan apa yang telah mama dan papa berikan selama ini.

Kedua untuk opung saya tersayang, Nurmala Sianipar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan bagi penulis. Beliau juga sangat berperan dalam proses pertumbuhan dan perkembangan penulis. Terima kasih telah memberikan tempat dan memenuhi kebutuhan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Tentunya beliau juga menjadi salah satu alasan utama penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Ketiga, Silvia Nevane Paramasari S.I.Kom, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan waktu, nasihat, dan dukungan dalam membimbing penulis dapat sampai ke tahap ini. Beliau dapat memberikan dukungan dan kepercayaan yang lebih bahkan ketika penulis tidak memercayai dirinya sendiri.

Keempat, Formas Juitan Lase S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia dan Dosen Pembimbing Akademik bagi penulis.

Kelima, seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengalaman bermanfaat bagi penulis. Selain itu juga untuk staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia, Bang Liberd Aryandi Sinaga yang ikut serta membantu dalam proses administrasi yang ada selama perkuliahan, terutama dalam proses penulisan skripsi ini.

Keenam, Keluarga dan Tim Abe yang sudah bersedia untuk menjadi objek penelitian dan informan dalam penelitian ini. Terima kasih untuk kesempatan dan kesediaan yang sudah diberikan. Terutama kepada Primandia Muhammad Wildan Ist selaku tim Abe Cekut yang telah bersedia menjadi narahubung antara penulis dan informan.

Ketujuh, teman-teman semasa perkuliahan, sekolah dan lingkungan kerja yang memberikan penulis dukungan penuh semasa penulisan skripsi ini.

Kedelapan, Natanael Vincent Timothy selaku operator ketika melakukan wawancara dengan informan untuk mendapatkan data.

Kesembilan, semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir adalah untuk Stephanie Rosalind, ya diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan menikmati setiap proses yang ada. Walaupun banyak hal-hal yang terjadi di luar harapan dalam menjalani prosesnya. Berbahagialah dimanapun kamu berada, Stephanie, pencapaian ini patut dibanggakan untuk dirimu sebab "skripsi yang baik merupakan skripsi yang selesai".

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta,

Juni 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	xii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.3 Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Manfaat Akademis.....	12
1.3.2 Manfaat Praktis.....	12
1.3.3 Manfaat Sosial	12
1.4 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	13
1.5 Metodologi Penelitian	15
1.5.1 Pendekatan Penelitian	16
1.5.2 Tipe Penelitian	16
1.5.3 Metode Penelitian.....	17
1.5.4 Metode Pengumpulan Data.....	17
1.5.5 Sumber Data	19
1.5.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data	20
1.5.7 Keabsahan Data	20

BAB II OBJEK PENELITIAN	22
2.1 Brand Ambassador: Abe Cekut	22
2.2 PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk	25
2.3 Produk Ultra Mimi Kids UHT	27
 BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	 31
3.1 Temuan Penelitian.....	31
3.1.1 Gambaran strategi komunikasi pemasaran terpadu.....	31
3.1.2 Peran Abe cekut sebagai <i>brand ambassador</i>	42
3.1.3 Hubungan Abe dengan Ultra Mimi	44
3.2 Pembahasan	46
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	 54
4.1 Kesimpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
4.2.1 Saran Akademis	55
4.2.2 Saran Praktis	55
4.2.3 Saran Sosial	56
 DAFTAR PUSTAKA	 57
 LAMPIRAN	 59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tinjauan Pustaka	5
-----------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten cekut Abe di TikTok	3
Gambar 1. 2 Sound Ultra Mimi Abe	5
Gambar 1. 3 Kerangka konseptual	13
Gambar 2. 1 Konten ayah Abe menguak pekerjaan aslinya	24
Gambar 2. 2 Produk PT Ultrajaya Tbk	27
Gambar 2. 3 Varian susu Ultra Mimi Kids	28
Gambar 2. 4 Akun Instagram Ultra Mimi Kids	29
Gambar 2. 5 Akun TikTok Ultra Mimi Kids	29
Gambar 2. 6 Konten edukasi Ultra Mimi di Instagram	30
Gambar 3. 1 Konten pertama Abe sebagai brand ambassador	33
Gambar 3. 2 Konten Abe di Instagram Ultra Mimi	33
Gambar 3. 3 Konten Abe di YouTube Ultra Mimi	34
Gambar 3. 4 Baliho Abe dan Ultra Mimi	35
Gambar 3. 5 Live streaming Papi Abe	36
Gambar 3. 6 Konten Abe ke kandang sapi	43
Gambar 3. 7 Konten hari ibu	44
Gambar 3. 8 Gambaran POSM Abe dan Ultra Mim	48
Gambar 3. 9 Konten POSM Abe dan Ultra Mimi	49
Gambar 3. 10 Konten Abe Belajar Menuang	50
Gambar 3. 11 Konten Ultra Mimi squad goes to school	52

DAFTAR SINGKATAN

BA	<i>Brand Ambassador</i>
Balita	Bawah Lima Tahun
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
CV	<i>Commanditaire Vennootschap</i>
FYP	<i>For You Page</i>
Humas	Hubungan Masyarakat
IMC	<i>Integrated Marketing Communication</i>
POSM	Point of Sale Materials
PT	Perusahaan Terbuka
Tbk	Terbuka
UHT	Ultra High Temperature
SMS	<i>Short Message Service</i>



DAFTAR LAMPIRAN

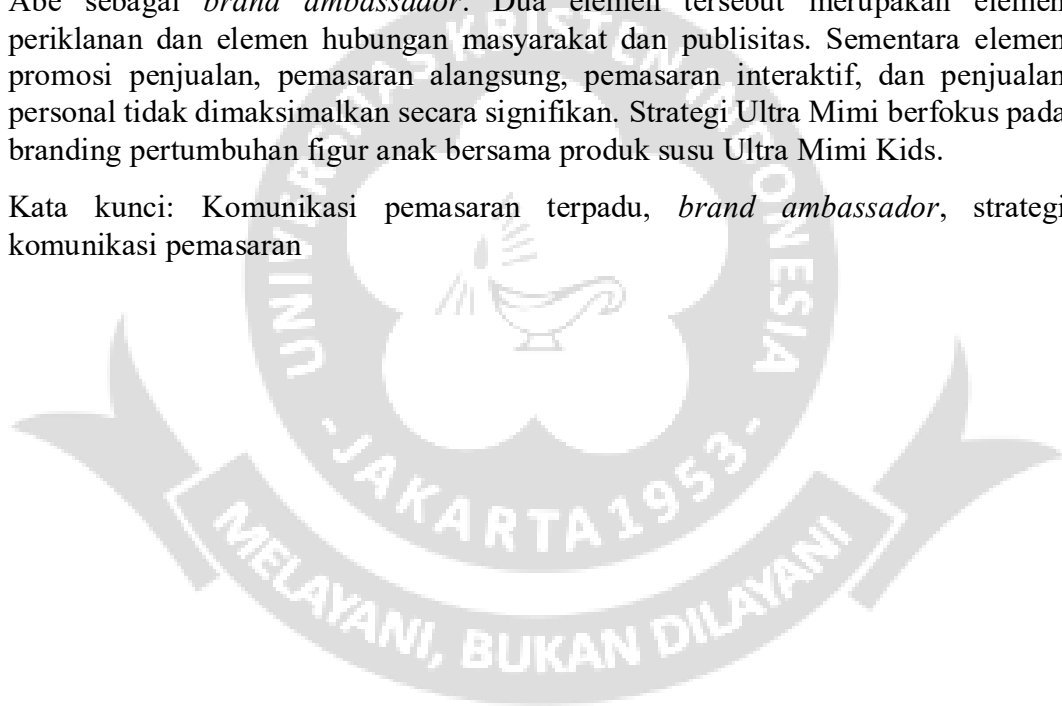
Lampiran 1: Transkrip Wawancara	59
Lampiran 2: Dokumentasi wawancara	66
Lampiran 3: Tabel koding data wawancara	67



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Ultra Mimi dalam memaksimalkan figur Abe Cekut sebagai *brand ambassador* produk susu Ultra Mimi Kids. Dimana Abe merupakan seorang balita yang viral di media sosial karena kelucuannya. Fenomena ini menjadi menarik karena Abe bukan berasal dari kalangan selebritas, tetapi berhasil menjadi representasi merek nasional yang besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam elemen komunikasi pemasaran terpadu, hanya dua elemen yang dimaksimalkan oleh Ultra Mimi dalam keterlibatan Abe sebagai *brand ambassador*. Dua elemen tersebut merupakan elemen periklanan dan elemen hubungan masyarakat dan publisitas. Sementara elemen promosi penjualan, pemasaran alangsung, pemasaran interaktif, dan penjualan personal tidak dimaksimalkan secara signifikan. Strategi Ultra Mimi berfokus pada branding pertumbuhan figur anak bersama produk susu Ultra Mimi Kids.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran terpadu, *brand ambassador*, strategi komunikasi pemasaran



ABSTRACT

This study aims to analyze the integrated marketing communication (IMC) strategy implemented by Ultra Mimi in optimizing the figure of Abe Cekut as the brand ambassador for Ultra Mimi Kids milk products. Abe is a toddler who went viral on social media due to his cuteness. This phenomenon is particularly interesting because Abe does not come from a celebrity background, yet he successfully became the face of a major national brand. This research uses a qualitative approach with a phenomenological method. Data collection through observations, in-depth interviews, and documentation. The results show that out of the six elements of integrated marketing communication, only two were maximized by Ultra Mimi in involving Abe Cekut as a brand ambassador. These two elements are advertising and public relations & publicity. Meanwhile, sales promotion, direct marketing, interactive marketing, and personal selling were not significantly utilized. Ultra Mimi's strategy focuses on branding the growth of the child figure with Ultra Mimi Kids milk product.

Keywords: Integrated marketing communication, brand ambassador, marketing communication strategy

