



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**EFEKTIVITAS WINDAH BASUDARA SEBAGAI BRAND
AMBASADOR TEAM RRQ DALAM MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Yusuf Ardiansyah

44319010065

PROGRAM STUDI ILMU KOMUKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuf Ardiansyah

Nim : 44319010065

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : EFEKTIVITAS WINDAH BASUDARA SEBAGAI BRAND AMBASADOR TEAM RRQ DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana

Jakarta, 21 Agustus 2023



Yusuf ardiansyah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yusuf Ardiansyah

NIM : 44319010065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : EFEKTIVITAS WINDAH BASUDARA SEBAGAI BRAND AMBASADOR TEAM RRQ DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

NIDN : 0312046707

Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma, M.Ikom

NIDN : 0314057804

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

NIDN : 0316129201

()

()

()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2023

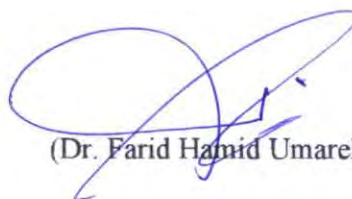
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuf Ardiansyah

NIM : 44319010065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : EFEKTIVITAS WINDAH BASUDARA SEBAGAI BRAND AMBASADOR TEAM RRQ DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive-Free Right)** Atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Yusuf Ardiansyah)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Yusuf Ardiansyah
44319010065

Efektivitas Windah Basudara sebagai brand ambassador team RRQ dalam meningkatkan keputusan pembelian jersey
Bibliografi: 5 bab

ABSTRAK

Brand ambassador merupakan individu yang menjadi figure suatu brand dan dipercaya menyebarkan informasi mengenai produk brand yang mereka pasarkan. Keputusan pembelian dapat diukur tingkat efektifitasnya apabila efektif maka dapat diteruskan kembali menggunakan brand ambassador tersebut.

Tujuan dari penelitian ini untuk Efektivitas Windah Basudara sebagai brand ambassador team RRQ dalam meningkatkan keputusan pembelian jersey. Tinjauan Pustaka yang digunakan adalah komunikasi pemasaran, promosi, iklan dan brand ambassador.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif melalui survey. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada fans Windah Basudara di media twitter @nocontextwindah dan mendapatkan sebanyak 151 responden dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sample tersebut mewakili 151 ribu pengikut twitter @nocontextwindah.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Efektivitas Windah Basudara sebagai brand ambassador team RRQ dalam meningkatkan keputusan pembelian jersey menurut para fans Windah Basudara adalah efektif diukur dengan indikator VisCap.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Marketing Komunikasi, Windah Basudara, Esport



*Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Study Advertising and Marketing Communication
Yusuf Ardiansyah
44319010065*

*The effectiveness of Windah Basudara as the brand ambassador of the RRQ team in increasing jersey purchasing decisions
Bibliography: 5 chapters*

ABSTRACT

Brand ambassadors are individuals who become figures of a brand and are trusted to spread information about the brand products they market. Purchasing decisions can be measured by the level of effectiveness if it is effective then it can be continued again using the brand ambassador.

The purpose of this study is the effectiveness of Windah Basudara as the brand ambassador of the RRQ team in increasing jersey purchasing decisions. The literature review used is marketing communication, promotion, advertising and brand ambassadors.

This research is descriptive with a quantitative approach through survey. Researchers distributed questionnaires to Windah Basudara fans on twitter media @nocontextwindah and obtained 151 respondents with purposive sampling technique. The number of samples represents 151 thousand twitter followers @nocontextwindah.

The results of the research obtained regarding the effectiveness of Windah Basudara as the brand ambassador of the RRQ team in increasing jersey purchasing decisions according to Windah Basudara fans are effective as measured by the VisCap indicator.

Keywords: Brand Ambassador, Marketing Communication, Windah Basudara, Espor

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT karena atas segala berkat dan rahmat-Nya skripsi berjudul “EFEKTIVITAS WINDAH BASUDARA SEBAGAI BRAND AMBASADOR TEAM RRQ DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY” dapat diselesaikan pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah kepada Nabi besar Muhammad beserta keluarga dan para sahabatnya. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi Digital Advertising and Marketing Communication Universitas Mercu Buana. Segala hambatan dan kesulitan tidak terlepas pada saat penyusunan skripsi. Namun berkat bimbingan, bantuan, nasehat serta saran dari berbagai pihak akhirnya segala hambatan tersebut dapat teratasi. Makam penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing penelitian skripsi yang sudah bersedia meluangkan waktu dan pendampingan selama proses penelitian sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu rika Yessica Rahma, M.Ikom Selaku Ketua Sidang Skripsi .
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom Selaku Penguji Ahli Skripsi.

4. Bapak Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dr. Irmulansati T, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Universitas Mercu Buana
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun dan menulis skripsi ini.
7. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi & Periklanan Universitas Mercu Buana.
8. Orang tua dan keluarga saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar setiap proses berjalan dengan lancar.
9. Kepada teman teman marcom 19 yang sudah membantu selama perkuliahan.
10. Kepada Hamba yang bertaqwa yaitu Hary, Haecal, Helmy, Alpin, Iki, Afkar, Raqqah, Nichol, Enyon, Rangga. Yang memberikan motivasi dan menghibur penulis untuk melanjutkan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada Genggong yaitu Diki, Awa, Arsy, Abay, Faris, Ijat, Ajim, dll. Yang memberikan motivasi dan menghibur penulis untuk melanjutkan dan menyelesaikan tugas akhir.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan

didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi parapembaca pada umumnya.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Yusuf Ardiansyah



DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1. Manfaat Akademis.....	18
1.4.2. Manfaat Praktis.....	18
1.4.3. Manfaat Sosial.....	18
BAB II TINJAUAN PUSAKA.....	19
2.1. Penelitian Terdahulu.....	19
2.2. Kajian Teoritis.....	25
2.2.1. Viscap Model.....	25
2.2.2. Promosi	26
2.2.3. Media Baru.....	27
2.2.4. Influencer	28
2.2.5. Brand Ambassador	30
2.2.6. Keputusan Pembelian	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	35

3.1.	Paradigma Penelitian	35
3.2.	Metode Penelitian	35
3.3.	Populasi dan Sample	37
3.3.1.	Populasi	37
3.3.2.	Sample	38
3.4.	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	41
3.4.1.	Definisi Konsep	41
3.4.2.	Operasional Konsep	42
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1.	Primer	45
3.5.2.	Sekunder	46
3.5.3.	Uji Validitas	46
3.5.4.	Uji Realibilitas	48
3.6.	Teknik Analisa Data	49
3.6.1.	Skala Likert	50
3.6.2.	Skala Pengukuran	51
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		52
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1.	Subyek Perusahaan	52
4.1.2.	Produk Rex Regum Qeon	53
4.1.3.	Sejarah Perusahaan	53
4.1.4.	Visi & Misi	54
4.1.5.	Profil Dasar	54
4.1.6.	Penghargaan	55
4.1.7.	Brand Ambassador Windah Basudara	56
4.2.	Hasil Penelitian	57
4.2.1.	Karakteristik Responden	57
4.2.2.	Data Deskriptif Efektivitas Brand Ambassador	62
4.3.	Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN & SARAN		97

5.1.	Kesimpulan.....	97
5.2.	Saran	99
5.2.1.	Saran Akademis.....	99
5.2.2.	Saran Praktis.....	99
	DAFTAR PUSAKA	101
	LAMPIRAN.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Team RRQ	11
Gambar 1. 2 Instagram team RRQ special battle emote	12
Gambar 1. 3 Instagram team RRQ.....	13
Gambar 1. 4 Instagram team RRQ.....	14
Gambar 1. 5 Twitter team RRQ.....	15
Gambar 3. 1 Twitter @nocontextwindah.....	36
Gambar 3. 2 Bukti penulis menyebarkan pertanyaan kuesioner di Twitter @nocontextwindah	37
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	52



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Konsep	42
Tabel 3. 2 Primer.....	45
Tabel 4. 1 Usia	58
Tabel 4. 2 Pekerjaan.....	58
Tabel 4. 3 Lama Menjadi Fans Windah Basudara	59
Tabel 4. 4 Pengetahuan Tentang Windah Basudara.....	60
Tabel 4. 5 Pengetahuan Tentang Team RRQ.....	60
Tabel 4. 6 Pengetahuan Kalaborasi Windah Basudara X RRQ	61
Tabel 4. 7 Pernah atau Tidak Membeli Merchandise Jersey Team RRQ	61
Tabel 4. 8 Popularitas Windah Basudara Sebagai Seorang Brand Ambassador.....	62
Tabel 4. 9 Rasa Kagum Dengan Windah Basudara Sebagai Brand Ambassador	63
Tabel 4. 10 Windah Basudara Berpengalaman Sebagai Brand Ambassador.....	64
Tabel 4. 11 Windah Basudara Meyakinkan Konsumen Untuk Membeli Suatu Produk	64
Tabel 4. 12 Windah Basudara Mampu Menyampaikan Informasi Terkait Produk Jersey Team RRQ	65
Tabel 4. 13 Windah Basudara Seorang Yang Bertalenta Sehingga Menarik Perhatian Konsumen	66
Tabel 4. 14 Windah Basudara Yang Memiliki Kepribadian Yang Lucu Sehingga Menarik Perhatian Konsumen.....	67

Tabel 4. 15 Windah Basudara Seorang Yang Memiliki Attitude Yang Baik Dalam Mewakili Suatu Brand.....	67
Tabel 4. 16 Windah Basudara Disukai Sebagai Brand Ambassador Team RRQ.....	68
Tabel 4. 17 Windah Basudara Dapat Mewakikan Brand Team RRQ Dengan Baik .	69
Tabel 4. 18 Windah Basudara Yang Memilki Kepribadian Baik dan Diikuti Oleh Penggemarnya Juga.....	70
Tabel 4. 19 Windah Basudara Memiliki Kemampuan Untuk Menarik Konsumen Membeli Produk Jersey Team RRQ	70
Tabel 4. 20 Tabel Skor Rata-Rata Visibility.....	72
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Data Dimensi Visibility.....	72
Tabel 4. 22 Tabel Skor Rata-Rata Credibility.....	74
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Data Dimensi Credibility.....	74
Tabel 4. 24 Tabel Skor Rata-Rata Attraction.....	76
Tabel 4. 25 Tabel Hasil Data Dimensi Attraction.....	76
Tabel 4. 26 Tabel Skor Rata-Rata Power.....	78
Tabel 4. 27 Tabel Hasil Data Dimensi Power.....	78