

ABSTRAK

Nama : Harvy Firmansyah Hardi
NIM : 44320010027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Windah Basudara Terhadap *Brand Image* Pada RRQ Esport 2023
Pembimbing : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh bagi dunia olahraga, khususnya dalam menciptakan cabang olahraga baru berbasis teknologi yang dikenal dengan esports (electronic sports). Industri ini tidak hanya menjadi bentuk hiburan populer di kalangan gamer, tetapi juga telah berkembang menjadi sebuah industri dengan nilai pasar yang signifikan. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menggunakan artis atau influencer sebagai brand ambassador, ikon perusahaan, atau bekerja sama melalui kolaborasi. RRQ Esport terkenal sebagai salah satu tim esports terbesar di Indonesia. Tapi keseriusan mereka ternyata tak hanya di sana. Hal ini dibuktikan dengan adanya Windah basudara yang menjadi bagian *Brand Ambassador* RRQ Esport. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* Windah Basudara terhadap *Brand Image* RRQ Esport Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan followers moba keras sebagai populasi sebesar 16.500 follower dihitung dengan rumus slovin maka nilai yang di hasilkan untuk di jadikan sampel sebesar 99,993 jika di bulatkan menjadi 100 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner lalu data diolah Menggunakan SPSS. Dengan teori S-R model adalah sebuah Teori ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi sangat sederhana. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian analisis deskriptif, variabel *Brand Ambassador* pada RRQ Esport secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel *Brand Image* pada RRQ Esport secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* pada RRQ Esport, memberikan kontribusi pengaruh sebesar 42,1%, sedangkan sisanya 57.9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Esport, Brand Ambassaador, *Brand Image*, Stimulus – Respon

ABSTRACT

Name : Harvy Firmansyah Hardi
NIM : 44320010027
Major : Communication
Title Report : The Influence of Brand Ambassador Windah Basudara
on Brand Image at RRQ Esports 2023
Supervisor : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Technological developments have an influence on the world of sports, especially in creating new technology-based sports known as esports (electronic sports). This industry has not only become a popular form of entertainment among gamers, but has also developed into an industry with significant market value. One way used is to use artists or influencers as brand ambassadors, company icons, or work together through collaborations. RRQ Esports is known as one of the biggest esports teams in Indonesia. But their seriousness is not only there. This is evidenced by Windah Basudara who is part of RRQ Esport's Brand Ambassador. The purpose of this study is to find out the influence of Brand Ambassador Windah Basudara on RRQ Esport Indonesia's Brand Image. This research method uses a type of descriptive research with a quantitative approach. Data collection techniques use survey methods by distributing questionnaires and then processing data using SPSS. The S-R model theory suggests communication as a very simple action-reaction process. The analysis method used in this study is Simple Regression Analysis.

Based on the conclusions of the descriptive analysis research, the Brand Ambassador variable in RRQ Esports as a whole is included in the good category. Based on descriptive analysis, the Brand Image variable in RRQ Esports as a whole is included in the good category. Based on the results of the study, it can be concluded that there is a positive and significant influence between the Brand Ambassador variable on Brand Image on RRQ Esport, contributing 42.1% influence, while the remaining 57.9% is influenced by other factors.

Keywords : *Esport, Brand Ambassador, Brand Image, Stimulus – Response*