

**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND* AMBASSADOR VIORENTINA  
SUSANTO TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM ONIC ESPORTS**  
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada *Followers* Viorentina Susanto terhadap *Brand  
Awareness ONIC Esports*)



Diajukan sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

AGUNG SAKTI SUGITO

190906875

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* VIORENTINA SUSANTO  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM ONIC ESPORTS**  
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada *Followers* Viorentina Susanto terhadap *Brand Awareness*  
ONIC *Esports*)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

Agung Sakti Sugito

190906875

disetujui oleh :



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2023

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK *BRAND* AMBASSADOR VIORENTINA SUSANTO TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM ONIC ESPORTS**

(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada *Followers* Viorentina Susanto terhadap *Brand Awareness* ONIC Esports)

Penyusun : Agung Sakti Sugito  
NPM : 190906875

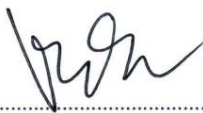
Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada  
Hari / Tanggal : Jumat / 27 Oktober 2023  
Pukul : 09.00 WIB - Selesai  
Tempat : Kampus IV, Gedung Teresa Fisip UAJY

**TIM PENGUJI**

**Nama penguji lengkap dengan gelar**  
F. Anita Herawati , SIP., M.Si.

**Nama penguji lengkap dengan gelar**  
Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

**Nama penguji lengkap dengan gelar**  
Ranggabumi Nuswantoro, .Sos., MA.

  
Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Agung Sakti Sugito

NPM : 190906875

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* VIORENTINA SUSANTO TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM ONIC ESPORTS (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada *Followers* Viorentina Susanto terhadap *Brand Awareness ONIC Esports*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 Oktober 2023  
Saya yang menyatakan,



Agung Sakti Sugito

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis hantarkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Viorentina Ssuanto Terhadap Brand Awareness Tim ONIC Esports*” dengan lancar. Penelitian ini disusun sebagai pemenuhan syarat kelulusan akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak yang memiliki peran penting bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui tulisan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Terima kasih Bapa, Putra, dan Roh Kudus atas berkat yang senantiasa menyertai penulis.
2. Bapak (Arif Sugito), Ibu (Ida Wartinarsih), dan keluarga yang selalu mendukung dan menyemangati penulis menyelesaikan pendidikan di Yogyakarta. Terima kasih atas cinta dan kasih yang tidak ada habisnya.
3. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Terima kasih untuk teman-teman perkuliahan yang selalu menemani penulis dari awal (Asa, Jessi, Samuel, Bima, Bagus, Kurni, dan Tia) dan teman-teman yang memberikan warna baru dalam kuliah penulis

(Adelard, Agung, Anton, Jason, Wg, Vian, Gerard, Neto, Felix, Valent, Khael, Trey, Zefa, Natasha, Meltinda, Detha, Lintang, Amel dan lainnya)

5. Terima kasih teman-teman Ambarawa yang membuat penulis banyak berubah Parmin, Sugab, Putra, Toink, Dheni dan teman-teman lainnya.
6. Terima kasih kepada SLANK yang selalu menemani hidup penulis dalam keadaan apapun.
7. Terima kasih aku!



**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* VIORENTINA  
SUSANTO TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM ONIC ESPORTS**  
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada *Followers* Viorentina Susanto terhadap *Brand Awareness ONIC Esports*)

**ABSTRAK**

ONIC merupakan tim *esports* terkuat di Asia Tenggara. Namun, kemampuannya tidak membuat ONIC menjadi tim yang populer, Hal tersebutlah yang membuat ONIC menggunakan strategi komunikasi melalui *brand ambassador* sebagai cara untuk meningkatkan *brand awareness*. Salah satu *brand ambassador* ONIC adalah Viorentina Susanto untuk meningkatkan *brand awareness* ONIC kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari daya tarik *brand amabssador* Viorentina Susanto terhadap *brand awareness* tim ONIC *esports*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik Pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui hubungan dari variabel daya tarik *brand ambassador* dan *brand awareness* ONIC dengan teori stimulus, organism, respons (SOR) sebagai sumber acuan pembahasan.

Hasil Penelitian menemukan adanya korelasi dan pengaruh dari daya tarik *brand amabssador* Viorentina Susanto terhadap *brand awareness* dengan nilai koefisien korelasi yang kuat. Nilai determinasi daya tarik *brand ambassador* Viorentina Susanto sebesar 52.8%. Temuan lainnya adalah nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti  $< 0,05$  sehingga H1 penelitian ini diterima.

***Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Awarenees, Teori SOR, Viorentina Susanto, dan ONIC Esports***

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. Teori SOR (Stimulus- <i>Organism</i> -Respons).....	8
2. Brand Ambassador.....	9
a. Daya Tarik Brand Ambassador .....	10
3. Brand Awareness .....	12
F. Kerangka Konsep.....	15
1. Daya Tarik Brand Ambassador .....	15
2. Brand Awareness .....	16
G. Hipotesis Penelitian.....	17
H. Definisi Operasional.....	18
I. Metodologi Penelitian .....	21
1. Jenis Penelitian .....	21
2. Metode Penelitian .....	21
3. Populasi dan Sampel .....	22
4. Teknik pengumpulan data .....	23
5. Metode Pengukuran Data.....	23
6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	25
7. Teknik Analisis Data .....	27
BAB II.....	29
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	29
A. Deskripsi Tim ONIC <i>Esports</i> .....	29
B. Deskripsi Viorentina Susanto.....	30

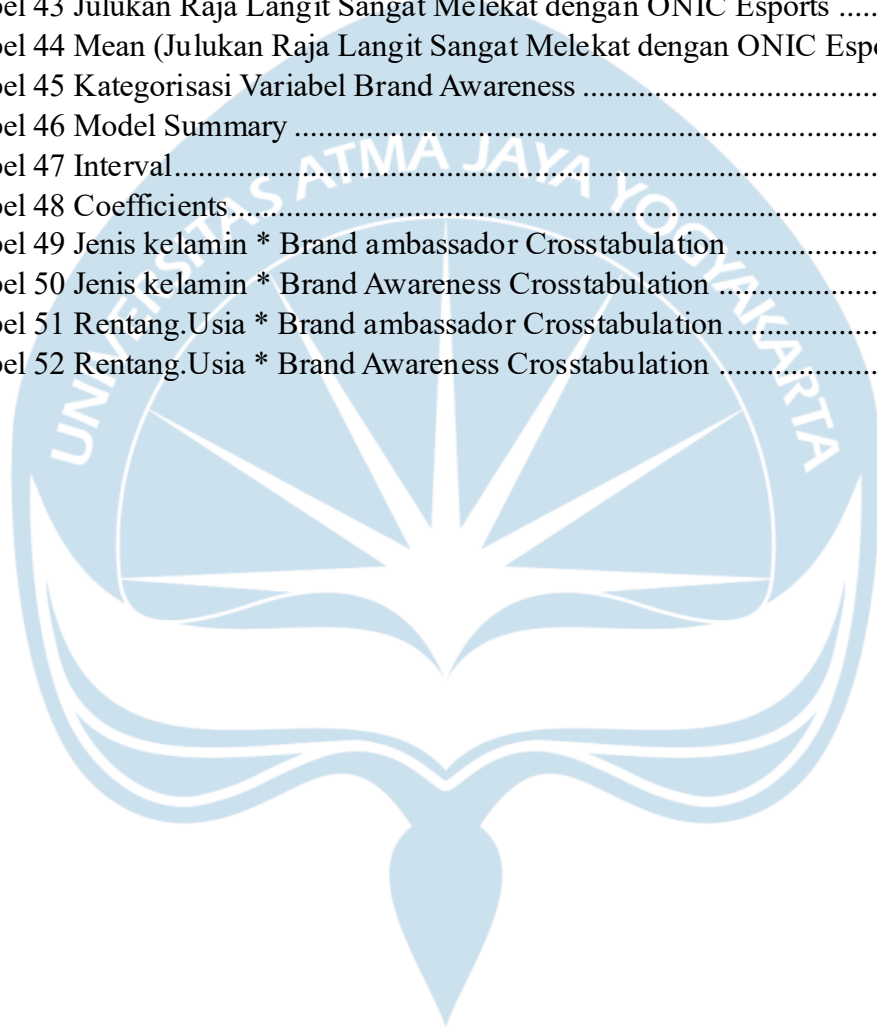


<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
<b>A. Temuan data .....</b>	<b>32</b>
<b>1. Deskripsi Responden.....</b>	<b>32</b>
<b>2. Statistik Deskriptif Variabel Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i> (Variabel X) 33</b>	
<b>3. Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness (Variabel Y) .....</b>	<b>44</b>
<b>4. Analisis Regresi Sederhana .....</b>	<b>52</b>
<b>5. Tabulasi Silang.....</b>	<b>55</b>
<b>6. Pembahasan .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>64</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>64</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional .....	21
Tabel 2 Skor Skala Ordinal .....	24
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel daya tarik brand ambassador .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
Tabel 4 Uji Validitas brand awareness ONIC Esports.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
Tabel 5 Uji Reliabilitas daya tarik Viorentina Susanto dan brand awareness ONIC Esports .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
Tabel 6 Jenis Kelamin Responden .....	32
Tabel 7 Usia Responden .....	33
Tabel 8 Viorentina Susanto Merupakan Tokoh yang Populer .....	34
Tabel 9 Mean Viorentina Susanto Merupakan Tokoh yang Populer .....	34
Tabel 10 Mean Viorentina Susanto Memainkan Game yang Sama (Mobile Legends) di Kalangan Followers.....	35
Tabel 12 Viorentina Susanto Memiliki Kepribadian yang Menarik.....	36
Tabel 13 Mean Viorentina Susanto Memiliki Kepribadian yang Menarik .....	36
Tabel 14 Viorentina Susanto Sering Muncul di Sosial Media Instagram Followers .....	37
Tabel 15 Mean Viorentina Susanto Sering Muncul di Sosial Media Instagram Followers .....	37
Tabel 16 Viorentina Susanto Sering Mengunggah Konten Tentang ONIC.....	38
Tabel 17 Viorentina Susanto Sering Mengunggah Konten Tentang ONIC.....	38
Tabel 18 Viorentina Susanto Sangat Melekat Dengan ONIC Esports .....	39
Tabel 19 Mean Viorentina Susanto Sangat Melekat Dengan ONIC Esports .....	39
Tabel 20 Viorentina Susanto Lebih Dikenal Dibanding Brand Ambassador Esports Lainnya.....	40
Tabel 21 Mean Viorentina Susanto Lebih Dikenal Dibanding Brand Ambassador Esports Lainnya .....	40
Tabel 22 Viorentina Susanto Memiliki Paras yang Cantik.....	41
Tabel 23 Mean Viorentina Susanto Memiliki Paras yang Cantik .....	41
Tabel 24 Viorentina Susanto Seseorang yang Fashionable .....	42
Tabel 25 Mean Viorentina Susanto Seseorang yang Fashionable .....	42
Tabel 26 Viorentina Susanto Berprestasi di Bidang Esports .....	43
Tabel 27 Mean Viorentina Susanto Berprestasi di Bidang Esports .....	43
Tabel 28 Kategorisasi Variabel Daya Tarik Brand ambassador .....	44
Tabel 29 Ketika Mendengar Tim Esports, Tim Apa yang Anda Ingat .....	45
Tabel 30 Mean (Ketika Mendengar Tim Esports, Tim Apa yang Anda Ingat).....	45
Tabel 31 Tim Esports yang Memiliki Pro Player Wanita .....	46
Tabel 32 Mean (Tim Esports yang Memiliki Pro Player Wanita) .....	46
Tabel 33 Ketika Mengingat Game Mobile, Tim Esports Mana yang Anda Ingat .	47
Tabel 34 Mean (Ketika Mengingat Game Mobile, Tim Esports Mana yang Anda Ingat) .....	47

Tabel 35 Tim Esports Mana yang Memiliki Banyak Prestasi .....	48
Tabel 36 Tim Esports Mana yang Memiliki Banyak Prestasi .....	48
Tabel 37 Warna Kuning dan Hitam Identik dengan Tim ONIC Esports .....	49
Tabel 38 Mean (Warna Kuning dan Hitam Identik dengan Tim ONIC Esports) ..	49
Tabel 39 Familiar dengan Logo ONIC.....	50
Tabel 40 Mean (Familiar dengan Logo ONIC).....	50
Tabel 41 Familiar dengan Jersey ONIC .....	50
Tabel 42 Mean (Familiar dengan Jersey ONIC) .....	51
Tabel 43 Julukan Raja Langit Sangat Melekat dengan ONIC Esports .....	51
Tabel 44 Mean (Julukan Raja Langit Sangat Melekat dengan ONIC Esports).....	52
Tabel 45 Kategorisasi Variabel Brand Awareness .....	52
Tabel 46 Model Summary .....	53
Tabel 47 Interval.....	53
Tabel 48 Coefficients.....	54
Tabel 49 Jenis kelamin * Brand ambassador Crosstabulation .....	55
Tabel 50 Jenis kelamin * Brand Awareness Crosstabulation .....	56
Tabel 51 Rentang.Usia * Brand ambassador Crosstabulation.....	57
Tabel 52 Rentang.Usia * Brand Awareness Crosstabulation .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Populasi Pemain Game (sumber :katadata.com) .....	1
Gambar 2 Tim Esports Terpopuler 2022 .....	2
Gambar 3 Data E-sport di Asia Tenggara.....	3
Gambar 4 Piramida Brand Awareness .....	13
Gambar 5 Kerangka Konsep .....	17
Gambar 6 Logo ONIC Esports.....	29
Gambar 7 Viorentina Susanto.....	30

