

**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND* AMBASSADOR WINDAH BASUDARA
TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM RRQ (REX REGUM QEON) PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @WINDAHBASUDARA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

HYGINUS ARYA PERKASA

190906944 / KOM

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

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR WINDAH BASUDARA
TERHADAP BRAND AWARENESS TIM RRQ (REX REGUM QEON) PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @WINDAHBASUDARA**

SKRIPSI

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

disusun oleh :

HYGINUS ARYA PERKASA

190906944

disetujui oleh :


Pupung Arifin, S.Sos, M.Si

Dosen Pembimbing

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

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR WINDAH
BASUDARA TERHADAP BRAND AWARENESS TIM RRQ (REX REGUM QEON) PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @WINDAHBASUDARA

Penyusun : Hyginus Arya Perkasa

NPM : 190906944

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 15 Juli 2025

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang 3 Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Penguji Utama


.....

Pupung Arifin, S. Sos, M.Si

Penguji I


.....

Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm.

Penguji II


.....
.....

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hyginus Arya Perkasa

NPM : 190906944

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Windah Basudara Terhadap *Brand Awareness* Tim RRQ (Rex Regum Qeon) Pada *Followers* Instagram @windahbasudara

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 3 Juli 2025

Saya yang menyatakan,



Hyginus Arya Perkasa

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, dan syukur saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus, Sang Sumber Kehidupan, yang selalu menguatkan dan menuntun setiap langkah saya hingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Windah Basudara terhadap *Brand Awareness* Tim RRQ (Rex Regum Qeon) pada *Followers* Instagram @windahbasudara” ini. Tanpa campur tangan kasih dan penyertaan-Nya, setiap proses dari awal penyusunan hingga akhirnya terselesaikan hanyalah mimpi kosong.

Penulisan skripsi ini adalah perjalanan panjang penuh tantangan, diwarnai rasa lelah, keraguan, bahkan kegagalan kecil yang nyaris memadamkan semangat. Namun, setiap doa yang terlantun, setiap dukungan yang mengalir, serta keyakinan bahwa Tuhan selalu bekerja dengan cara-Nya, menjadi kekuatan terbesar untuk terus melangkah. Skripsi ini bukan hanya sekadar syarat akademis, melainkan juga bukti bahwa kerja keras, doa, dan cinta dari orang-orang terdekat mampu mengalahkan rasa putus asa.

Pada kesempatan yang penuh rasa syukur ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus hati kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang tak pernah berhenti memberikan cinta, doa, dan pengorbanan. Setiap langkah saya adalah doa mereka yang terjawab. Semua air mata, rasa lelah, dan kasih yang mereka berikan menjadi bahan bakar terkuat bagi saya untuk dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
2. Kakak dan adik saya, yang selalu mengingatkan untuk tidak menyerah, memberikan motivasi, dan menghadirkan canda di saat saya kehilangan semangat.

3. Bapak Pupung Arifin, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing, mengarahkan, mendorong serta memberikan masukan berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman dan sahabat, yang telah menjadi rekan berbagi cerita, memberikan dukungan, serta membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Juli 2025

Hyginus Arya Perkasa

HYGINUS ARYA PERKASA

190906944

PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* WINDAH BASUDARA TERHADAP *BRAND AWARENESS* TIM RRQ (REX REGUM QEON) PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @WINDAH BASUDARA

ABSTRAK

Esports di Indonesia mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah satu industri hiburan digital dengan basis penggemar yang luas. Tim RRQ (Rex Regum Qeon) merupakan salah satu tim esports paling populer yang memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran melalui *brand ambassador*. Windah Basudara, seorang YouTuber *gaming* dengan jutaan pengikut, dipilih RRQ sebagai *brand ambassador* untuk memperkuat citra dan meningkatkan *brand awareness* di media sosial, khususnya Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik *brand ambassador* Windah Basudara terhadap *brand awareness* tim RRQ pada *followers* Instagram @windahbasudara. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* @windahbasudara. Variabel daya tarik *brand ambassador* dianalisis melalui dimensi *physical likability*, *non-physical likability*, dan *similarity*, sedangkan *brand awareness* diukur melalui *top of mind*, *brand recall*, dan *brand recognition*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Windah Basudara memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand awareness* RRQ. Mayoritas responden (96%) menilai daya tarik fisik, kepribadian, dan kedekatan karakter Windah mampu membangun citra positif RRQ. Dengan demikian, pemilihan figur publik seperti Windah Basudara terbukti efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam industri *esports*.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*, Windah Basudara, RRQ, *Esports*.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
a. Manfaat Praktis	11
b. Manfaat Akademis.....	12
E. Kerangka Teori	12
1. Komunikasi Pemasaran	12
2. Teori Stimulus Respon.....	14
3. Daya Tarik Brand Ambassador.....	15
4. Brand Awareness	17
5. Esports.....	19
F. Kerangka Konsep.....	23
G. Hipotesis	24
H. Definisi Operasional	24
I. Metodologi Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Metode Penelitian.....	27

3.	Jenis data	27
4.	Populasi dan Sampel	28
5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
6.	Teknik Analisis Data.....	31
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		33
A.	Esports.....	33
B.	Mobile Legend	34
C.	RRQ	34
D.	Windah Basudara	35
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		38
A.	Temuan Data.....	38
1.	Distribusi Frekuensi	38
B.	Analisis Data.....	52
1.	Analisis Variabel Daya Tarik <i>Brand Ambasssador</i> (X)	52
2.	Analisis Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	58
3.	Analisis Korelasi.....	60
4.	Analisis Regresi	62
5.	Komunikasi Pemasaran dan Stimulus Respons dalam Pengaruh Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> RRQ.....	66
BAB IV PENUTUP		69
A.	KESIMPULAN.....	69
B.	SARAN	70
1.	Saran Akademis	70
2.	Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN		75
A.	Petunjuk Pengisian dan Skala Pengukuran	76
B.	Item Pertanyaan Kuesioner	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi operasional.....	26
Tabel 2. Uji validitas daya tarik brand ambassador.....	30
Tabel 3. Uji validitas brand awareness.....	30
Tabel 4. Uji reliabilitas	31
Tabel 5. Interpretasi Nilai Korelasi Pearson.....	32
Tabel 6. Frekuensi Dimensi Physical Likability	40
Tabel 7. Frekuensi Dimensi Non-physical Likability	41
Tabel 8. Frekuensi Dimensi Similarity.....	43
Tabel 9. Kelas Interval.....	45
Tabel 10. Frekuensi Dimensi Top of Mind	46
Tabel 11. Dimensi Frekuensi Brand Recall.....	47
Tabel 12. Dimensi Frekuensi Brand Recognition	48
Tabel 13. Dimensi Frekuensi Unaware of a Brand	49
Tabel 14. Kelas Interval.....	51
Tabel 15. Uji Korelasi	61
Tabel 16. Analisis Regresi.....	62
Tabel 17. Persamaan Regresi.....	63
Tabel 18. Uji Hipotesis	64
Tabel 19. Presentase Pengaruh X ke Y.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Rex Regum Qeon.	35
Gambar 2. Konten YouTube charity Windah Basudara.	37