

**EVALUASI AUDIENS TERHADAP NONENDEMIC  
SPONSORSHIPS PADA EVENT MPL INDONESIA (STUDI  
KASUS PERUSAHAAN: INDOMARET)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Skripsi

**Vincent Wusili**

**00000043314**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**EVALUASI AUDIENS TERHADAP SPONSORSHIPS  
NONENDEMIK PADA EVENT MPL INDONESIA (STUDI  
KASUS PERUSAHAAN: INDOMARET)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Vincent Wusili**

**00000043314**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vincent Wusili  
NIM : 00000043314  
Program studi : Strategic Communication

Skripsi dengan judul:

EVALUASI AUDIENS TERHADAP SPONSORSHIPS NONENDEMIK PADA  
EVENT MPL INDONESIA (STUDI KASUS PERUSAHAAN: INDOMARET)

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Vincent Wusili)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **EVALUASI AUDIENS TERHADAP SPONSORSHIPS NONENDEMIK PADA EVENT MPL INDONESIA (STUDI KASUS PERUSAHAAN: INDOMARET)**

Oleh

Nama : Vincent Wusili  
NIM : 00000043314  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : S1

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

**Silvanus Alvin**  
Digitally signed  
by Silvanus Alvin  
Date: 2024.06.26  
07:54:50 +07'00'

Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.  
0309109001

Penguji




Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.  
0318118203

Pembimbing

**Fakhriy Dinansyah**  
Digitally signed by  
Fakhriy Dinansyah  
Date: 2024.06.26  
09:58:19 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom  
0304039001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.06.26  
23:44:25 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si

0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vincent Wusili  
NIM : 00000043314  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : EVALUASI AUDIENS TERHADAP  
SPONSORSHIPS NONENDEMIK PADA EVENT MPL INDONESIA  
(STUDI KASUS PERUSAHAAN: INDOMARET)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 31 Mei 2024

UMN



(Vincent Wusili)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan skripsi dengan judul “Evaluasi Audiens Terhadap Sponsorships Nonendemik Pada MPL Indonesia (Studi Kasus Perusahaan: Indomaret)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana S.I. Kom Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman yang selalu mendukung dengan segala cara, hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. KKRF selaku sahabat-sahabat yang selalu hadir dan mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini.
8. Member JKT48 terutama Adeline Wijaya selaku mental support terbaik dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca baik sebagai sumber informasi.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Vincent Wusili)



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# Evaluasi Audiens Terhadap Nonendemic Sponsorship Pada Event

## Mpl Indonesia (Studi Kasus Perusahaan: Indomaret)

Vincent Wusili

### ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, salah satu jenis olahraga yang semakin populer adalah olahraga elektronik atau biasa lebih dikenal dengan *Esportss*. *Esportss* adalah jenis olahraga yang bergantung pada perangkat elektronik, seperti komputer, ponsel, atau konsol game seperti PlayStation dan Xbox. Ini membedakannya dari olahraga biasa. Sejak awal tahun 2000-an, industri *esportss* telah berkembang pesat di seluruh dunia, menarik perhatian sejumlah negara. Hal ini membuat industri *esports* menjadi daya tarik tersendiri untuk merek ternama untuk turut terjun ke dalam *esportss* dalam bentuk sponsorships. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons audiens terhadap sponsorship yang dilakukan oleh Indomaret, serta mengevaluasi dampaknya terhadap kesadaran merek, keterlibatan (engagement) audiens, dan citra merek. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas sponsorship Indomaret dalam konteks *esportss*. Tingginya angka antusiasme terhadap *event* MPL Indonesia menarik minat perusahaan-perusahaan non-endemik untuk berpartisipasi sebagai sponsor. Munculnya beberapa sponsorship non-endemik di *event* MPL Indonesia menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan. Sponsorships nonendemik yang dilakukan Indomaret kepada MPL Indonesia membawa dampak positif dalam faktor-faktor yang menjadi acuan. Sponsorship Indomaret di MPL Indonesia berhasil membangun narasi yang kuat dan konsisten tentang komitmen mereka terhadap komunitas *esportss* dan generasi muda. Langkah ini menunjukkan bahwa Indomaret berani menjelajahi pasar baru dan mendukung industri *esportss* yang sedang berkembang.

**Kata kunci:** *Esports*, nonendemik, sponsorship



# **Audience Evaluation of Nonendemic Sponsorship at MPL**

## **Indonesia Event (Company Case Study: Indomaret)**

Vincent Wusili

### **ABSTRACT**

*In recent years, one type of sport that has become increasingly popular is electronic sports or commonly known as Esportss. Esportss is a type of sport that relies on electronic devices, such as computers, mobile phones, or game consoles such as PlayStation and Xbox. This distinguishes it from regular sports. Since the early 2000s, the esportss industry has grown rapidly throughout the world, attracting the attention of a number of countries. This makes the esportss industry a special attraction for well-known brands to get involved in esportss in the form of sponsorships. This study aims to analyze the audience response to sponsorships carried out by Indomaret, as well as evaluate its impact on brand awareness, audience engagement, and brand image. This study will also identify factors that influence the effectiveness of Indomaret's sponsorship in the context of esportss. The high level of enthusiasm for the MPL Indonesia event has attracted the interest of non-endemic companies to participate as sponsors. The emergence of several non-endemic sponsorships at the MPL Indonesia event is the main reason this study was conducted. Indomaret's non-endemic sponsorships to MPL Indonesia have a positive impact on the factors that are used as references. Indomaret's sponsorship of MPL Indonesia has succeeded in building a strong and consistent narrative about their commitment to the esportss community and the younger generation. This step shows that Indomaret dares to explore new markets and support the growing esportss industry.*

**Keywords:** *Esportss, non-endemic, sponsorship*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1 Public Relation and Sponsorship Programs.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.2 Sponsorship.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.3 Non Endemik Sponsor .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.4 Sponsorship yang Efektif dan Dampaknya bagi Organisasi ....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Alur Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>22</b>

3.2	Jenis dan Sifat Penelitian .....	22
3.3	Metode Penelitian .....	23
3.4	Informan.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6	Keabsahan Data.....	24
3.7	Teknik Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>26</b>
4.1	Subjek/Objek Penelitian .....	26
4.1.1	Subjek Penelitian.....	26
4.1.2	Objek Penelitian .....	28
4.2	Hasil Penelitian .....	29
4.2.1	Kesadaran Terhadap Sponsorship Indomaret di MPL Indonesia 29	
4.2.2	Pengaruh Sponsorship Terhadap Citra Indomaret.....	32
4.2.3	Motivasi untuk Berbelanja di Indomaret .....	35
4.2.4	Dampak Positif Sponsorship bagi Pemangku Kepentingan ....	38
4.2.5	Pandangan Audiens terhadap Kemitraan Strategis .....	41
4.2.6	Kontribusi Indomaret dalam Mendukung <i>Esports</i> .....	44
4.3	Pembahasan .....	48
4.3.1	Public Relations.....	48
4.3.2	Sponsorships & Nonendemik Sponsorships .....	49
4.3.3	Sponsorship yang Efektif dan Dampaknya bagi Organisasi ....	50
1.	<i>Storytelling Brand Indomaret</i> .....	50
5.	<i>Strategic Partnership</i> .....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>59</b>
5.1	Simpulan .....	59
5.2	Saran .....	59
5.2.1	Saran Akademis .....	59
5.2.2	Saran Praktis .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3 1 Informan.....	23
Tabel 4.1. 1 Subjek Penelitian .....	26



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistic Peak Viewer .....	3
Gambar 2. 1 Alur Penelitian.....	21



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	62
A. Turnitin.....	62
B. Daftar pertanyaan .....	63
D. Transkrip FGD .....	64
E. Form bimbingan skripsi.....	105
F. CV .....	106

