

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
BIGETRON ESPORTS DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**



SKRIPSI

DICKY ALFONZA

00000033114

**PROGRAM STUDI STRATEGI KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
BIGETRON ESPORTS DALAM MENINGKATKAN BRAND**

AWARENESS



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Digunakan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S I.Kom.

DICKY ALFONZA

00000033114

PROGRAM STUDI STRATEGI KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dicky Alfonza

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033114

Program studi : Strategi Komunikasi

Skripsi dengan judul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BIGETRON ESPORTS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Dicky Alfonza)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BIGETRON ESPORTS
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Oleh

Nama : Dicky Alfonza
NIM : 00000033114
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 2 Juni 2025
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

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

Dosen Penguji

Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN : 0324098002

Pembimbing

Riatun S.Sos., M.IKom.
NIDN : 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Alfonza

NIM : 00000033114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BIGETRON ESPORTS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance* **).

☒ Lainnya, pilih salah satu:

☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juli 2025



(Dicky Alfonza)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bigetron Esports dalam Meningkatkan *Brand Awereness* dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Perjalanan ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dari orang-orang berjasa yang layak mendapat ucapan terima kasih :

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Riatus, S.Sos., 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. Terutama ayah dan Ibu saya yang selalu percaya bahwa saya bisa menyelesaikan skripsi ini
6. Arlene Athalia, pasangan yang selalu memberikan semangat selama saya mengerjakan skripsi dan menemani disaat saya merasa kesulitan

7. Mary Jo Herwida, Ester Nainggolan, Wilson Saputra dan Zaviano

Yehezkiel Sutijadi, teman-teman yang menemani dari awal saya menjadi mahasiswa hingga berada di titik akhir

Tidak lupa penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Tangerang, 16 Juni 2025



Dicky Alfonza

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BIGETRON ESPORTS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Dicky Alfonza

ABSTRAK

Esports merupakan cabang olahraga baru yang mulai diakui oleh pemerintah sejak tahun 2020 dimana langsung dibuat struktur untuk mengatur kompetisi gim daring di Indonesia. Karena minat yang tinggi terutama dari kalangan remaja dan anak-anak, maka banyak juga organisasi yang bermunculan dengan tujuan berkompetisi dan menjadi wadah bagi para pemain profesional dan juga pemain berbakat. Salah satu organisasi yang muncul adalah Bigetron Esports. Bigetron Esports sendiri merupakan organisasi yang didirikan pada tahun 2017 oleh Bpk. Edwin Chia. Pada tahun 2020 Bigetron pernah tercatat sebagai organisasi esports dengan tingkat keterlibatan tertinggi ke-4 di Asia. Dengan semakin maraknya remaja maupun anak-anak yang tertarik dalam dunia esports, peneliti bermaksud untuk mempelajari bagaimana Bigetron Esports bisa tetap eksis dan bersaing di antara banyaknya tim yang bermunculan belakangan ini. Peneliti memutuskan untuk menggunakan metode kualitatif pada penelitian ini dengan teknik pengumpulan data *indepth interview*. Hasil pada penelitian yang dilakukan menunjukkan bagaimana Bigetron Esports menggunakan teori dasar pemasaran untuk bisa meningkatkan *brand awarenessnya*.

Kata kunci: *bigetron esports*, tingkat keterlibatan, bersaing, *brand awareness*



Bigetron Esports' Integrated Marketing Communication Strategy in Increasing Brand Awareness

Dicky Afonza

ABSTRACT

Esports is a new branch of sports that began to be officially recognized by the government in 2020, when a structure was immediately established to regulate online gaming competitions in Indonesia. Due to high interest, especially among teenagers and children, many organizations have emerged with the goal of competing and serving as platforms for professional and talented players. One such organization is Bigetron Esports. Bigetron Esports was founded in 2017 by Mr. Edwin Chia. In 2020, Bigetron was recorded as the 4th most engaging esports organization in Asia. With the growing number of teenagers and children becoming interested in the world of esports, the researcher aims to study how Bigetron Esports continues to exist and remain competitive among the many teams that have recently emerged. This research uses a qualitative method with in-depth interview techniques for data collection. The results of the study show how Bigetron Esports applies basic marketing theories to increase its brand awareness.

Keywords: bigetron esports, engaging, competitive, brand awareness



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
Gambar 1.0. Akun Instagram Tim Esport	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	18
2.2.1 Strategi Komunikasi	18
2.2.2 Teori Integrated Marketing Communication (IMC)	22
2.2.3 Esports	26
2.2.4 Brand Awareness	28
2.3 Alur Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian.....	34

3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.3	Metode Penelitian.....	36
3.4	Key Informan dan Informan	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Keabsahan Data	40
3.7	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	44
4.1.1	Subjek Penelitian	44
4.1.2	Objek Penelitian	45
	Gambar 4.1 Logo Bigetron Esports	46
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Ketidaksadaran merek	48
4.2.2	Pengenalan merek	50
4.2.3	Pengingat merek	52
4.2.4	Top Of Mind	53
4.3	Pembahasan.....	54
	Gambar 4.2 Maskot Bigetron	58
	Gambar 4.3 Bigetron pada Kemasan	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	64
5.2.1	Saran Akademis	64
5.2.2	Saran Praktis	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN.....	67
A.	Lampiran Formulir Kartu Bimbingan.....	67
B.	Lampiran Lembar Pengecekan Plagiarism Turnitin	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

14



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0. Akun Instagram Tim Esport	3
Gambar 4.1 Objek Penelitian	44
Gambar 4.2 Maskot Bigetron.....	56
Gambar 4.3 Bigetron pada Kemasan	58



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	67
A. Lampiran Formulir Kartu Bimbingan.....	67
B. Lampiran Lembar Pengecekan Plagiarism Turnitin	68

