

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA
TERHADAP BRAND IMAGE ONIC ESPORTS**



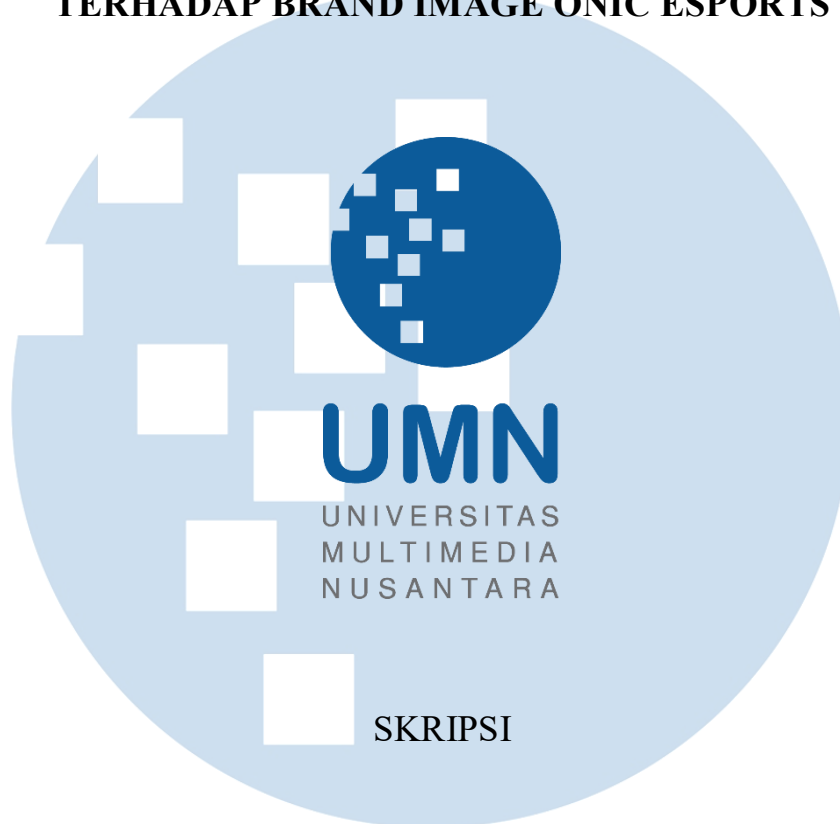
SKRIPSI

VINA AULIA WIGUNA

00000055269

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

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA
TERHADAP BRAND IMAGE ONIC ESPORTS**



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

VINA AULIA WIGUNA

00000055269

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vina Aulia Wiguna

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055269

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA TERHADAP BRAND IMAGE ONIC ESPORTS

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, 14 Juli 2025



Vina Aulia Wiguna

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
**PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA TERHADAP
BRAND IMAGE ONIC ESPORTS**

Oleh

Nama : Vina Aulia Wiguna

NIM : 00000055269

Program Studi : Ilmu Komunikasi

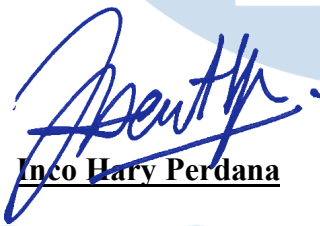
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 14 Juli 2025
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Inco Hary Perdana

NIDN 0308117706


Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo,
M.Si.

NIDN 0308036601

Pembimbing


Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.Kom., M.Comm.

NIDN 0317089201

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.29 14:25:06
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Aulia Wiguna
NIM : 00000055269
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Brand Ambassador Vonny Felicia terhadap Brand Image ONIC Esports

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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, 24 Juli 2025

Yang menyatakan,



Vina Aulia Wiguna

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA TERHADAP BRAND IMAGE ONIC ESPORTS” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

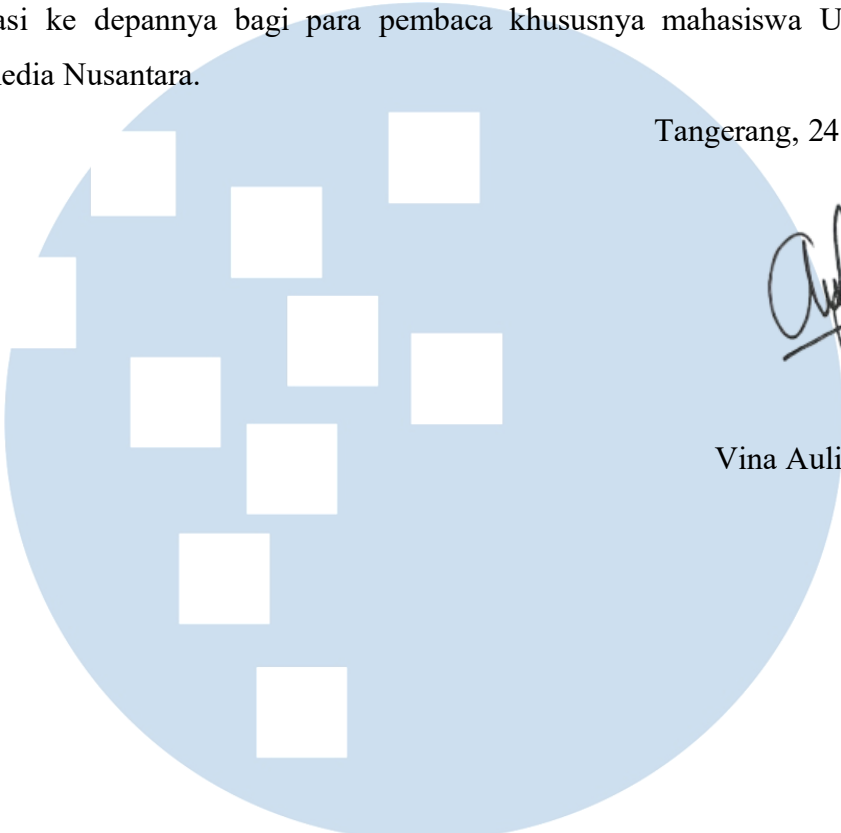
1. Dr. Andrey Andoko, M.Sc., , selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.Kom., M.Comm., sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 Juli 2025



Vina Aulia Wiguna



UMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

PENGARUH BRAND AMBASSADOR VONNY FELICIA TERHADAP BRAND IMAGE ONIC ESPORTS

Vina Aulia Wiguna

ABSTRAK

Industri *esports* di Indonesia telah menjadi salah satu pendorong inovasi dalam strategi pemasaran, salah satunya melalui penggunaan *brand ambassador*. ONIC Esports, sebagai salah satu tim *esports* unggulan di Indonesia, memanfaatkan komunikasi strategis dari Vonny Felicia sebagai *brand ambassador* untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas dan memperkuat *brand image* mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* ONIC Esports, dengan objek penelitian adalah Vonny Felicia dan subjek penelitian adalah *followers Instagram @onic.esports*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada 200 responden, dengan metode pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* (X) dengan dimensi *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Variabel dependen adalah *brand image* (Y) yang diukur berdasarkan *strength*, *favorability*, dan *uniqueness of brand association*.

Kata kunci: Brand ambassador, Brand Image, ONIC, Esports, Vonny Felicia



THE INFLUENCE OF VONNY FELICIA AS A BRAND AMBASSADOR ON ONIC ESPORT'S BRAND IMAGE

Vina Aulia Wiguna

ABSTRACT

The esports industry in Indonesia has emerged as a key driver of innovation in marketing strategies, one of which is through the use of brand ambassadors. ONIC Esports, one of the top esports teams in Indonesia, leverages the strategic communication of Vonny Felicia as a brand ambassador to reach broader market segments and strengthen its brand image. This study aims to determine the influence of brand ambassadors on the brand image of ONIC Esports, with Vonny Felicia as the object of study and the followers of the Instagram account @onic.esports as the research subjects. Data was collected through questionnaires distributed via Google Form to 200 respondents, using a quantitative approach and purposive sampling technique. The independent variable in this study is the brand ambassador (X), measured through the dimensions of visibility, credibility, attraction, and power. The dependent variable is brand image (Y), assessed based on strength, favorability, and uniqueness of brand association.

Keywords: Brand ambassador, Brand Image, ONIC, Esports, Vonny Felicia



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademik	8
1.5.2 Kegunaan Praktik	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Brand Ambassador	16
2.2.2 <i>Brand Image</i>	18
2.2.3 Hubungan antara Brand Ambassador dengan Brand Image	19
2.3 Hipotesis Teoritis	20
2.4 Alur Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	22

3.3.1	Populasi	22
3.3.2	Sampel	23
3.4	Operasionalisasi Variabel	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1	Data Primer	27
3.5.2	Data Sekunder	27
3.6	Teknik Pengukuran Data	28
3.6.1	Uji Validitas	28
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.7.1	Uji Normalitas	31
3.7.2	Uji Regresi Linear Sederhana	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	33
4.1.1	Subjek Penelitian	33
4.1.2	Objek Penelitian	34
4.2	Hasil Penelitian	35
4.2.1	Uji Normalitas	35
4.2.2	Karakteristik Responden	36
4.2.3	Karakteristik Persebaran Jawaban Responden Berdasarkan Variabel	40
4.2.4	Uji Hipotesis	54
4.2.5	Uji Korelasi	55
4.2.6	Uji Regresi	56
4.3	Pembahasan	57
BAB V	SIMPULAN	61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran Akademis	61
5.2.2	Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y.....	25
Tabel 3.3 Skala Likert.....	27
Tabel 3.4 Output Pengukuran Validitas Variabel X.....	28
Tabel 3.5 Output Pengukuran Validitas Variabel Y.....	29
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	30
Tabel 4.1 Kriteria Penilaian Mean Berdasarkan Interval Kelas.....	40
Tabel 4.2 Dimensi Visibility.....	41
Tabel 4.2 Dimensi <i>Credibility</i>	43
Tabel 4.4 Dimensi <i>Attraction</i>	44
Tabel 4.5 Dimensi Power.....	46
Tabel 4.6 Dimensi <i>strength of brand associations</i>	48
Tabel 4.7 Dimensi <i>favorability of brand associations</i>	50
Tabel 4.8 Dimensi <i>uniqueness of brand associations</i>	52
Tabel 4.9 Koefisien Korelasi.....	55



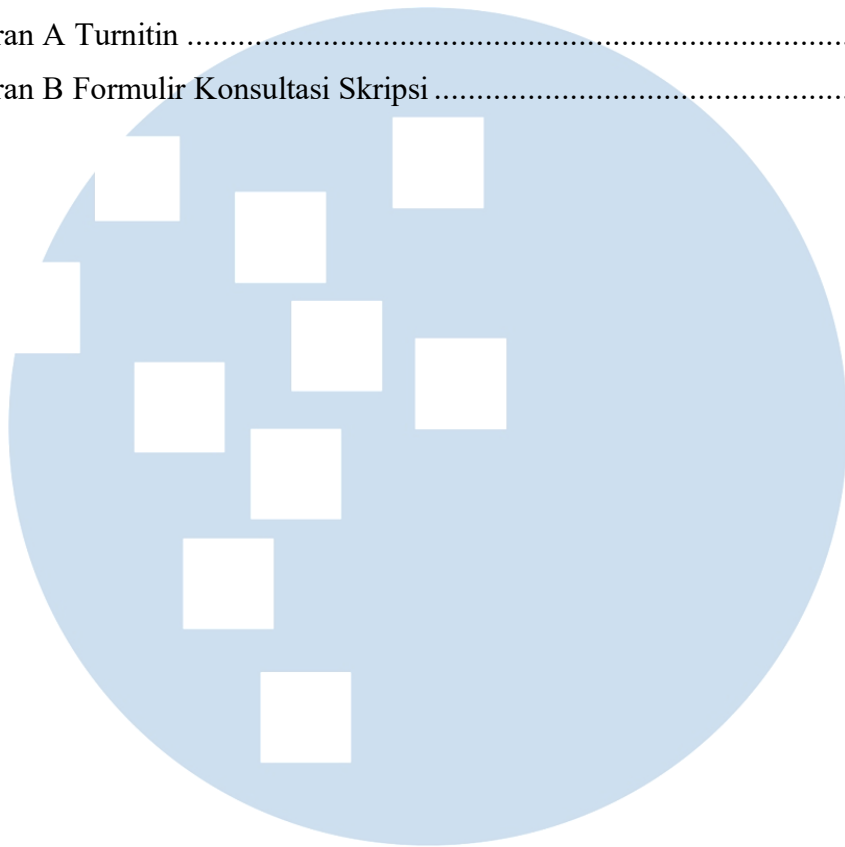
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pemain Video Game Terbanyak	1
Gambar 1.2 Turnamen M4 World Championship	2
Gambar 2.1 Alur Penelitian	20
Gambar 3.1 Ukuran Sampel Malhotra	23
Gambar 4.1 Vonny Felicia Brand ambassador ONIC Esports.....	34
Gambar 4.2 Event ONIC yang dihadiri Vonny Felicia	35
Gambar 4.3 Kehadiran Vonny felicia mendukung ONIC saat MPL S15	35
Gambar 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	36
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	37
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	38
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Vonny Felicia sebagai <i>Brand ambassador</i> ONIC Esports	39
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti akun <i>Instagram</i> @vonnyfelicia.....	39
Gambar 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti akun <i>Instagram</i> @onic.esports	40
Gambar 4.12 Uji Anova.....	54
Gambar 4.13 Uji Korelasi.....	55
Gambar 4.15 Nilai Koefisien	57

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	66
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi	73



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA