

**BRAIN ACADEMY SEBAGAI EKSTENSI MEREK
RUANGGURU: PENGALAMAN SISWA SEBAGAI
KONSUMEN**

TUGAS AKHIR



VISKA DANJAR SUNDARI

1180903051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**BRAIN ACADEMY SEBAGAI EKSTENSI MEREK
RUANGGURU: PENGALAMAN SISWA SEBAGAI
KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



VISKA DANJAR SUNDARI

1180903051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Viska Daniar Sundari

NPM : 1181903051

Tanda Tangan :



Tanggal : 17 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Viska Daniar Sundari

NIM : 1181903051


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Brain Academy Sebagai Ekstensi Merek Ruangguru: Pengalaman Siswa Sebagai Konsumen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr. ()

Penguji : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A ()

Penguji : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 17 September 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan berkah dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "*Brain Academy Sebagai Ekstensi Merek Ruangguru: Pengalaman Siswa Sebagai Konsumen*" dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus- tulusnya kepada:

- a) Mamah,Papah,Mas Chandra, Abang Evan Ardiansyah dan juga seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah selalu memberikan doa-doa indah dan selalu mengingatkan saya untuk berusaha keras dan tidak lupa untuk selalu ingat kepada Allah SWT
- b) Bambang Sukma Wijaya,S.Sos.,M.Si., Dr. selaku dosen pembimbing skripsi untuk semua bimbingan dan arahan yang telah diberikan. Serta selalu memotivasi dan sabar dalam melakukan bimbingan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
- c) Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie kelas karyawan yang telah memberikan ilmunya dan terima kasih telah menjadi teman sekaligus orang tua untuk semua mahasiswanya.
- d) Seluruh teman-teman kelas A karyawan serta sahabat-sahabat terdekat, terima kasih kepada Sita,Tia,Nadia,Almira,Ade,Fathus,Balqis,dan Hana, yang selalu ada dan bersama memberikan semangat selama menjalani perkuliahan sekaligus menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- e) Terima kasih untuk Mas Taufik selaku bagian administrasi kelas karyawan

Universitas Bakrie yang selalu memenuhi kebutuhan selama masa perkuliahan hingga untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.

- f) Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih untuk membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 17 September 2020



Viska Daniar Sundari

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viska Daniar Sundari
NPM : 1121003051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

BRAIN ACADEMY SEBAGAI EKSTENSI MEREK RUANGGURU: PENGALAMAN SISWA SEBAGAI KONSUMEN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal :

Yang menyatakan,



Viska Daniar Sundari

**BRAIN ACADEMY SEBAGAI EKSTENSI MEREK RUANGGURU:
PENGALAMAN SISWA SEBAGAI KONSUMEN**

Viska Daniar Sundari

ABSTRAK

Aplikasi Ruangguru adalah aplikasi belajar dengan belajar terlengkap untuk segala kesulitan belajar. Ruangguru menyediakan sistem tata kelola pembelajaran yang dapat digunakan murid dan guru dalam mengelola kegiatan belajar di kelas secara virtual. Dilengkapi dengan ribuan bank soal yang kontennya disesuaikan dengan kurikulum yang berlaku di Indonesia yang mencakup pelajar mulai dari jenjang SD,SMP,dan SMA.Seiring berjalannya waktu Ruangguru melakukan ekstensi merek bernama Brain Academy. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengalaman siswa sebagai konsumen terhadap pemaknaan dalam memaknai Brain Academy sebagai ekstensi merek Ruangguru memberikan kesan positif. Brain Academy tidak menghilangkan eksistensi Ruangguru. Suasana belajar tetap mengandalkan teknologi. Lalu dari segi pengalaman siswa sebagai konsumen memaknai Brain Academy sebagai perwujudan media richness Ruangguru, Brain Academy dapat mengurangi ambiguitas siswa dalam memahami belajar online. Adanya fasilitas tatap muka dengan pengajar membawa energy tersendiri bagi siswa. MRT menunjukkan bahwa pesan ambigu dikomunikasikan melalui media yang memiliki hierarki kekayaan yang lebih tinggi seperti media tatap muka karena media tersebut dapat mengurangi tekanan ambiguitas ketika individu meningkatkan komunikasi interpersonal mereka

**BRAIN ACADEMY AS BRAND EXTENSION OF RUANGGURU:
EXPERIENCE OF STUDENTS AS CONSUMERS**

Viska Daniar Sundari

ABSTRACT

Ruangguru is a complete learning application for all learning difficulties. Ruangguru provides a learning system that can be used by students and teachers in managing virtual classroom learning activities. Equipped with thousands of Question Banks whose content is adjusted to the applicable curriculum in Indonesia which includes students from elementary, junior high and high school levels. As time goes on Ruangguru extends a brand called Brain Academy. Based on the results of research that the experience of students as consumers of Brain Academy as an extension of the Ruangguru gives a positive impression. Brain Academy does not eliminate Ruangguru's existence. The learning system still relies on technology. Then in terms of students' experiences as consumers interpret Brain Academy as the embodiment of Ruangguru's richness media, Brain Academy can reduce students' ambiguity in understanding online learning. The existence of face-to-face facilities with teachers brings its own energy for students. MRT shows that ambiguous messages are communicated through media that have a higher wealth hierarchy such as face-to-face media because the media can reduce the pressure of ambiguity when individuals increase their interpersonal communication.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Peneliatian	9
BAB II	10
KERANGKA TEORITIS.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	19
2.2.1 <i>Brand Extension</i>	19
2.2.2 <i>Media Richness</i>	20
2.2.3 <i>Mobile learning</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir	23
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Metode penelitian	25

3.2 Subyek Penelitian	26
3.2.1 Informan Utama atau Subyek Utama	26
3.2.2 Informan Pendukung	27
3.2.3 Informan atau Subyek Triangulator	27
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	27
3.4 Operasional Konsep	28
3.5 Teknis Analisis Data	30
3.6 Pengujian keabsahan data	31
BAB IV	32
PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	32
4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Pemaknaan Terhadap <i>Brand Extension</i>	32
4.2.2 Media richness.....	37
4.3 Pembahasan	40
4.3.1 Ekstensi Brand Ekstensi Rasa	42
4.3.2 Kekayaan Psikologis	46
BAB V	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Keterbatasan Penelitian	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Teoritis	50
5.3.2 Saran Praktisi.....	51
DAFTAR PUSTAKA	vi
LAMPIRAN.....	ix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penghargaan Ruangguru (source : ruangguru.com).....	5
Gambar 1. 2 Analisis Competitor Brain Academy (source: Ruangguru.com)	7
Gambar 2. 1 Teori Media Richness dan Redefinisi Kehadiran Sosial (Source: Wijaya, 2007).....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3. 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	31
Gambar 4. 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	33
Gambar 4. 2 Tampilan fitur Ruang Belajar aplikasi Ruangguru	35
Gambar 4. 3 Poster social media discount Ruangguru	35
Gambar 4. 4 Poster social media discount Brain Academy	36
Gambar 4. 5 Suasana kelas belajar Brain Academy	37
Gambar 4. 6 Open booth Brain Academy	38
Gambar 4. 7 Brosur Brain Academy.....	39
Gambar 4. 8 Komentar Warganet di Twitter	44
Gambar 4. 9 Komentar Warganet di Facebook.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Operasional Kosep Brand Extension dan Media Richness.....	28