

**ANALISIS KOMPARATIF *BRAND IMAGE* VIVO
PADA KALANGAN *GAMERS* SEBELUM DAN SESUDAH
PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020
(SURVEI PADA *GAMERS* PUBGM DI WILAYAH KOTA
BALIKPAPAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menempuh Gelar S1 Ilmu Komunikasi




Gita Dwiputri Rachmadiani

1181903022

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

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 : Gita Dwiputri Rachmadiani
NIM : 1181903022
Tanda Tangan : 
Tanggal : 20 Agustus 2021


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Gita Dwiputri Rachmadiani
NIM : 1181903022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Komparatif *Brand Image* VIVO
pada Kalangan *Gamers* Sebelum dan Sesudah
Pandemi COVID-19 pada Tahun 2020 (Survei pada
Gamers PUBGM di Wilayah Kota Balikpapan)

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

Dewan Penguji

Pembimbing 1 : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D ()

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si. ()

Penguji 2 : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penyelesaian skripsi ini tentu tidak luput dari bantuan dan bimbingan yang Peneliti terima dari orang – orang sekitar. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. **Ibu Suharyanti, M.S.M** selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie atas segala bantuan yang diberikan selama peneliti mengemban ilmu Pendidikan di Universitas Bakrie.
2. **Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D** selaku dosen pembimbing penulis atas segala arahan, saran, dan masukan yang telah diberikan kepada peneliti dari awal penelitian ini dibuat hingga selesai.
3. **Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si** selaku dosen penguji 1 atas segala waktunya, untuk memberikan masukan dan menguji peneliti dalam pelaksanaan sidang akhir, hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. **Ibu Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom** selaku dosen dan ketua pelaksana sidang atas waktu untuk konsultasi penyelesaian skripsi hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
5. **Seluruh Dosen dan Staff Universitas Bakrie** atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama Peneliti menempuh Pendidikan di Kelas Karyawan Universitas Bakrie.
6. **Keluarga Peneliti**, yaitu Bapak Anthony Edward dan almh. Ibu Trisakti Budi Sulistyorini, serta kakak penulis yaitu dr. Mahesa Ramadhianto atas dukungan dan support yang diberikan selama peneliti menyelesaikan penulisan skripsi.

7. **Sahabat Peneliti sedari SMA**, yaitu Fildzah Fajrina dan Anita Fauziah telah menjadi penghibur dan penyemangat Ketika peneliti berusaha menyelesaikan skripsi.
8. **Teman – teman ILKOM Bakrie batch 10**, atas kebersamaannya dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Bakrie.
9. **Teman – teman online peneliti** yang menjadi penghibur peneliti ketika peneliti membutuhkan hiburan ketika jenuh dalam menyelesaikan skripsi hingga peneliti mampu menyelesaikan perkuliahan.
10. Serta orang – orang yang peneliti tidak mungkin sebut semuanya disini, terimakasih atas support, waktu, dan energi positif yang kalian berikan kepada peneliti.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena ini Peneliti memohon maaf serta maklum. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat berguna bagi karya tulis ini serta bagi peneliti sendiri. Akhir kata, peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak, dan peneliti berharap penelitian ini mampu dan dapat berguna bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Gita Dwiputri Rachmadiani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Gita Dwiputri Rachmadiani
NIM : 1181903022
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-eksklusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS KOMPARATIF *BRAND IMAGE* VIVO PADA KALANGAN *GAMERS* SEBELUM DAN SESUDAH PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020 (SURVEI PADA *GAMERS* PUBGM DI WILAYAH KOTA BALIKPAPAN)

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 20 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Gita Dwiputri Rachmadiani

**ANALISIS KOMPARATIF *BRAND IMAGE* VIVO
PADA KALANGAN *GAMERS* SEBELUM DAN SESUDAH
PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020
(SURVEI PADA *GAMERS* PUBGM DI WILAYAH KOTA
BALIKPAPAN)**

GITA DWIPUTRI RACHMADIANTI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan antara dua variabel yaitu citra merek VIVO sebagai *gaming smartphone* pada masa sebelum pandemi COVID-19 melanda dan sesudah pandemi COVID-19 pada tahun 2020 melanda di Wilayah Kota Balikpapan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan teori *brand image* oleh Kotler dan Keller, dan teori komparatif menurut Sugiyono (2010). Penelitian ini merupakan penelitian analisis komparatif metode kuantitatif, untuk menentukan sebuah hubungan antar variabel dan menemukan perbandingan antara dua atau lebih fakta dari objek yang sedang diteliti. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif deskriptif, dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 92 responden yang merupakan seorang gamer yang berada di Wilayah Kota Balikpapan sebelum dan sesudah pandemi COVID-19 pada tahun 2020 melanda, dengan proses olah data menggunakan SPSS. Setelah dilakukan olah data, didapatkan hasil penelitian berupa variabel citra merek sebelum pandemi berada di situasi yang baik yaitu memiliki nilai 3,48 sedangkan untuk nilai setelah pandemi berada pada nilai yang tidak baik yaitu 2,47.

Kata kunci : VIVO, citra merek, PUBGM, pandemi COVID-19 pada 2020

**VIVO BRAND IMAGE COMPARATIVE ANALYSIS
ON GAMERS BEFORE AND AFTER
THE COVID-19 PANDEMIC IN 2020
(SURVEY ON PUBGM GAMERS IN BALIKPAPAN CITY REGION)**

GITA DWIPUTRI RACHMADIANTI

ABSTRACT

This study aims to analyze the comparison between two variables, namely VIVO's brand image as a gaming smartphone in the period before the COVID-19 pandemic hit and after the COVID-19 in 2020 pandemic hit in Balikpapan City Region. This research was conducted based on the brand image theory by Kotler and Keller, and the comparative theory according to Sugiyono (2010). This research is a comparative analysis of quantitative methods, to determine a relationship between variables and find a comparison between two or more facts of the object being studied. This research is a descriptive quantitative study, by distributing online questionnaires to 92 respondents who are gamers in Balikpapan City Region before and after COVID-19 in 2020 pandemic hit, with the data processing using SPSS. After processing the data, the results obtained in the form of a brand image variable before pandemic was in a good situation, which had a value of 3,48 while the value after the pandemic hit was at bad value, namely 2,47

Key words : VIVO, *brand image*, PUBGM, COVID-19 pandemic in 2020

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Penelitian	20
2.2.1 Citra Merek atau <i>Brand Image</i>	20
2.2.2 Minat Pembelian	20
2.3 Kerangka Penelitian	22
2.3.1 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampling	23
3.2.1 Populasi Penelitian	23
3.2.2 Sampling	24
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1 Sumber Data	26
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	28

3.4.1 Definisi Konseptual	28
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	30
3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	30
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.7 Keterbatasan Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Identitas Responden	33
4.1.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	36
4.1.2.1 Hasil Uji Validitas	37
4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif	40
4.1.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> VIVO Sebelum Pandemi COVID-19	41
4.1.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> VIVO Setelah Pandemi COVID-19	45
4.2 Komparasi <i>Brand Image</i> Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
5.2.1 Saran Akademis	51
5.2.2 Saran Praktis	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Artikel antaranews.com	3
Gambar 1.2 Data Global Games Market per-device dan segmen 2019	4
Gambar 1.3 Logo VIVO	4
Gambar 3.1 Kompetisi <i>offline</i> yang Diadakan di Kota Balikpapan	25
Gambar 4.1 Garis Kontinum <i>Brand Image</i> Sebelum Pandemi COVID-19	48
Gambar 4.1 Garis Kontinum <i>Brand Image</i> Setelah Pandemi COVID-19	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 3.1 Nilai Skor Skala Likert	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 4.1 Identitas Responden Sebelum Pandemi Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Identitas Responden Setelah Pandemi Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Identitas Responden Sebelum Pandemi Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.4 Identitas Responden Setelah Pandemi Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.5 Identitas Responden Sebelum Pandemi Berdasarkan Domisili	35
Tabel 4.6 Identitas Responden Setelah Pandemi Berdasarkan Domisili	35
Tabel 4.7 Identitas Responden Sebelum Pandemi Berdasarkan Pemain <i>Game</i> <i>Mobile PUBGM</i>	36
Tabel 4.8 Identitas Responden Setelah Pandemi Berdasarkan Pemain <i>Game</i> <i>Mobile PUBGM</i>	36
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Brand Image</i> Sebelum Pandemi COVID-19	37
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Brand Image</i> Setelah Pandemi COVID-19	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.12 Bobot Nilai Kuesioner	41
Tabel 4.13 Rata – rata skor kategori	41
Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> VIVO sebelum Pandemi COVID-19	41
Tabel 4.15 Rekapitulasi Responden <i>Brand Image</i> VIVO Sebelum Pandemi COVID-19	43
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> Setelah COVID-19 ...	45
Tabel 4.17 Rekapitulasi Responden <i>Brand Image</i> Setelah Pandemi COVID-19 ..	47