

**CITRA PRODUK LAPTOP ASUS TUF *GAMING* A15 PADA  
KOMUNITAS LAPTOP *GAMING* INDONESIA  
(STUDI PADA KOMUNITAS LAPTOP *GAMING* INDONESIA)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi**



**INTAN BUDIATI**

**1191003044**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan  
semua sumber yang dikutip maupun dirujuk**

**Telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Intan Budiati**

**NIM : 1191003044**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Intan Budiati', written over a faint, light-colored background.

**Tanggal : 24 Desember 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Intan Budiati

NIM 1191003044

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : **Citra Produk Laptop ASUS TUF GAMING A15 Pada Komunitas Laptop Gaming Indonesia (Studi Pada Komunitas Laptop Gaming Indonesia**

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : 3232 – Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. (  )

Penguji 1 : 3125 – Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.si (  )

Penguji 2 : 2526 – Eli Jamilah Mihardja, Ph. D (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 24 Desember 2024

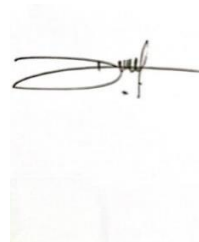
## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah - Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Citra Produk Laptop Asus Tuf A15 pada komunitas laptop *Gaming* indonesia (Studi Pada Komunitas Laptop *Gaming* Indonesia)”. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan segala rezeki kepada penulis berupa Kesehatan, kebahagiaan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis dalam setiap kegiatan yang peneliti lakukan.
2. Keluarga peneliti, ayahanda tercinta (Almh Sugiyanto), Ibunda tersayang (Sulastri), serta kakak kandung yang sangat penulis banggakan (Dwi Hardiyanto) yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada penulis dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita-citanya terutama dalam menjalankan kuliah dengan baik dan dapat memperoleh hasil yang terbaik.
3. Ibu Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan masukan, ilmu, waktu, serta arahannya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana selaku Rektor Universitas Bakrie.
5. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. selaku dosen pembahas I pada saat Seminar Proposal. Saran serta arahan dari Bapak Kresna sangat membantu peneliti saat menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik peneliti selama berkuliah di Universitas bakrie.

7. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (Ilmu Komunikasi) Universitas Bakrie yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
8. Terima kasih kepada diri sendiri karena sudah mampu bertahan sejauh ini menyelesaikan perkuliahan sambil bekerja. Terima kasih sudah bertahan, terimakasih sudah kuat, terima kasih untuk tidak memilih menyerah, terima kasih sudah menjadi versi terbaikmu disaat duniamu tidak baik-baik saja.
9. Terima kasih kepada saudara penulis Mivi Ona Lestari yang selalu memberikan support.
10. Teman-Teman penulis, Siti Ainur Rahma dan Julia Tanjung yang selalu mendengar segala keluh kesah penulis.
11. Teman kampus penulis, terima kasih kepada Nabillah Wibowo, Kharisma, Joseph Bagus Saputra, Fabella Choiruniza dan Nabila Syifa yang menjadi teman selama perkuliahan selama ini, membantu dan mendengarkan satu sama lain, serta berjuang bersama.
12. Terimakasih kepada Mohammad Fahry yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberi support kepada penulis..
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 30 November 2024



Intan Budiati

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Intan Budiati  
NIM : 1191003044  
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: **“Citra Produk Laptop Asus TUF Gaming A15 Pada Komunitas Laptop Gaming Indonesia (Studi Pada Komunitas Laptop Gaming Indonesia)”** 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 : Februari 2025

Yang menyatakan



(Intan Budiati)

## ABSTRAK

Komunitas laptop *Gaming* adalah sebuah kelompok orang yang memiliki minat dan kepentingan terhadap laptop *Gaming*. Mereka biasanya terdiri dari penggemar *game*, *content creator*, dan pengguna lain yang memerlukan laptop dengan spesifikasi yang sesuai untuk kebutuhan mereka, seperti prosesor yang cepat, RAM yang besar, dan VGA yang kuat. Komunitas laptop *Gaming* aktif dalam jaringan, seperti forum, grup Facebook, atau komunitas *game online*, atau *offline*, seperti pertemuan langsung di toko-toko elektronik atau event *Gaming*. Pada observasi yang dilakukan pada grup komunitas laptop *Gaming* peneliti menemukan bahwa tidak setiap unggahan yang terdapat di grup mendapatkan interaksi oleh sesama anggota komunitas, hal ini yang menjadi latar belakang penulis untuk memutuskan melakukan penelitian dengan mencari tahu konsep yang sudah ditetapkan dari citra produk yang terdiri dari *functional image*, *affective image* dan *reputation* dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra produk laptop Asus A15 sebagai laptop *Gaming* pada Komunitas Laptop *Gaming* Indonesia. Model komunikasi pada penelitian ini dapat dilihat sebagai komunikasi transaksional atau komunikasi dipahami dalam konteks hubungan (*relationship*) antara dua orang atau lebih dengan kata lain bahwa semua perilaku adalah komunikatif semua bisa dikomunikasikan, (Rini,2018). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Sample penelitian sebanyak 398. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket dengan jenis cross sectional survey design dan literatur terkait. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kevalidan responden dalam mengisi angket pernyataan. Hasil penelitian disimpulkan bahwa pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra produk laptop Asus TUF *Gaming* A15 pada komunitas laptop *Gaming* Indonesia berada pada kategori cukup. Yang diartikan bahwa laptop Asus TUF A15 memiliki spesifikasi dan citra merek yang baik untuk skala laptop *Gaming*.

Kata Kunci : Citra Produk, Komunitas

## **ABSTRACT**

*The Gaming laptop community is a group of people who have an interest and concern for Gaming laptops. They usually consist of gamers, content creators, and other users who need a laptop with specifications that suit their needs, such as a fast processor, large RAM, and a powerful VGA. The Gaming laptop community is active online, such as forums, Facebook groups, or online Gaming communities, or offline, such as face-to-face meetings at electronics stores or Gaming events. In observations conducted on the Gaming laptop community group, researchers found that not every upload in the group received interaction from fellow community members, this was the background for the author to decide to conduct research by finding out the established concept of product image consisting of functional image, affective image and reputation with the purpose of this study is to determine the image of the Asus A15 laptop product as a Gaming laptop in the Indonesian Gaming Laptop Community. The communication model in this study can be seen as transactional communication or communication that is understood in the context of a relationship between two or more people in other words that all behavior is communicative, all can be communicated, (Rini, 2018). The research method used is descriptive quantitative research. The research sample was 398. Data collection was carried out by distributing questionnaires with a cross-sectional survey design and related literature studies. Data analysis was carried out by validity and reliability tests to determine the validity of respondents in filling out the statement questionnaire. The results of the study concluded that this study showed that the image of the Asus TUF Gaming A15 laptop product in the Indonesian Gaming laptop community was in the sufficient category. Which means that the Asus TUF A15 laptop has good specifications and brand image for a Gaming laptop scale.*

*Keywords : Brand Image, Community*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Konsep Yang Relevan .....	11
2.1.2 Citra Merek (Brand Image) .....	11
2.1.3 Komunitas.....	14
2.1.4 Komunitas Virtual .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17

2.3 Kerangka Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain & Pendekatan.....	27
3.1.1 Pendekatan.....	27
3.1.2 Desain .....	27
3.2 Populasi & Sampling .....	28
3.2.1 Populasi .....	28
3.2.2 Sampel .....	28
3.2.3 Teknik Sampling .....	29
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran.....	30
3.3.1 Data Primer.....	30
3.3.2 Data Sekunder .....	31
3.3.3 Teknik Pengukuran.....	33
3.4 Teknik Analisis Data .....	33
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.5 Validasi Data .....	35
3.5.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.5.3 Variabel Penelitian .....	36
3.6. Operasionalisasi Variabel.....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	40
4.2 Penyajian Data.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.2 Uji Validitas.....	43
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	44

4.2.4 Analisis Variabel Citra Produk.....	45
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	52
4.3.1 Persepsi Citra Produk Laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15.....	52
BAB V PENUTUP .....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Pada Unggahan Grup Komunitas Laptop <i>Gaming</i> Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Pada Unggahan Grup Komunitas Laptop <i>Gaming</i> Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Sumber : <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> .....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand</i> Laptop Dengan Citra Merek Teratas Tahun 2019 - 2023.....	5
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran .....	33
Tabel 3. 2 Persentase Pencapaian .....	34
Tabel 3. 3 Persentase Pencapaian .....	34
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Citra Produk .....	37
Tabel 4.1 Hasil Kriteria Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Hasil Kriteria Usia.....	42
Tabel 4.3 Hasil Kriteria Pekerjaan .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Produk .....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.6 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 memiliki kualitas yang tinggi.....	45
Tabel 4.7 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 memiliki karakteristik yang menjadi pembeda dengan pesaing .....	46
Tabel 4.8 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya .....	46
Tabel 4.9 Pendapat responden terkait perusahaan Asus memiliki merek yang baik dipasarkan.....	47
Tabel 4.10 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 memiliki sesuatu pembeda yang membedakannya dengan laptop <i>Gaming</i> pesaing .....	47
Tabel 4.11 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 merupakan sebuah merek laptop <i>Gaming</i> yang tidak mengecewakan konsumen .....	48
Tabel 4.12 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 merupakan merek terbaik di bidang laptop <i>Gaming</i> .....	49

Tabel 4.13 Pendapat responden terkait produk laptop <i>Gaming</i> Asus TUF A15 merupakan merek yang sangat kuat di pasar penjualan laptop <i>Gaming</i> .....	49
Tabel 4.14 Hasil Indikator <i>Functional image</i> .....	50
Tabel 4.15 Hasil Indikator <i>Affective image</i> .....	51
Tabel 4.16 Hasil Indikator <i>Reputation</i> .....	51
Tabel 4.17 Distribusi Proporsi Secara Keseluruhan .....	51
Tabel 4.18 Hasil Nilai Tiap Indikator Citra Produk .....	52
Tabel 4.19 Interpretasi Indikator <i>Functional image</i> .....	54
Tabel 4. 20 Interpretasi Indikator <i>Affective image</i> .....	55
Tabel 4. 21 Interpretasi Indikator <i>Reputation</i> .....	56