

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN
DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Callen, Barry. (2010). *Manager's Guide to Marketing, Advertising, and Publicity*. New York: McGraw Hill.
- C. Brogan, (2010). *Social media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*, John Wiley & Sons,.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2015). *Marketing Management: 15th Global Edition*. United States: Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2006). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta :: Raja Grafindo Persada,.
- Shimp, Terrence A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South-Western Cengage Learning. Mason, USA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- SKRIPSI :**
- Rimawaty Luliyana. 2019. "Pemanfaatan Sebagai Media Branding Pada Dream.Co.Id". Universitas Sultan Agung Tirtayasa.

JURNAL :

Adrian Dennis, M. Rachman Mulyandi. 2021. “*MANFAAT PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA PEMBENTUKAN BRANDAWARENESS TOKO ONLINE*”.

Dewa Chriswardana Bayu, Lina Ayu Safitri. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.

WEBSITE :

Deliusno. (2020,). Apa itu TikTok. Retrieved from <https://review.bukalapak.com> (diakses 20 Maret 2022)

Donny, (2019). Orang Indonesia Rata-rata Nonton 100 Video TikTok Sehari : <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/eN4R2P5k-orang-indonesia-rata-rata-nonton-100-video-tiktok-sehari>

KBBI.Kemendikbud.Go.Id. (Diakses 6 Mei 2022)

Monavia. (2020). TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021 from :<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021> (Diakses 20 Maret 2022)

Praisra, H. (2019). TikTok bukan Media Sosial Lho... Retrieved from REPUBLIKA.co.id:<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/19/10/14/pzciyc328-tiktok-bukan-media-sosial-lho/>

Sofiyani. (2019). Menilik Perkembangan Generasi Sosial Media. Retrieved from Firstmedia.com: <https://www.firstmedia.com/blog/menilik-perkembangan-generasi-sosial-media> (Diakses 4 Maret 2022)

LAMPIRAN



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180400017
Nama Mahasiswa : YABES ANTONIO
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2021/2022 Genap
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : Pemanfaatan Konten Valorant Melalui Akun TikTok @Leaprisillaa Pada Brand Awareness BigGaming

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-03-21	Pengajuan Judul	
2022-04-01	ACC Judul	
2022-04-15	Pengajuan Bab I	
2022-04-25	Revisi Bab I dan Pengajuan Bab II	
2022-05-04	ACC Bab I dan Revisi Bab II	
2022-07-27	ACC Bab II dan Pengajuan Bab III	
2022-06-17	ACC Bab III dan Pengajuan Bab IV	
2022-06-24	Revisi Bab IV dan Pengajuan Bab V	
2022-07-25	ACC Bab IV dan Bab V	
2022-07-27	ACC Keseluruhan dan Siap Sidang	

Mengetahui
Ketua Program Studi

Tangerang, 31 July 2022
Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, M.IKom.

Suryadi Wardiana, M.I.Kom



Bukti Wawancara Lea Priscilla



Bukti Wawancara Gary Winterstein

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gary Winterstein
Jabatan : CEO of Big Gaming Team

Menerangkan bahwa:

Nama : Yabes Antonio
NIM : 20180400017
Fak/ Jur : Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara bersama pada bulan Juli 2022 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul "Pemanfaatan konten Valorant melalui akun TikTok @leapiscillaa dalam membangun *Brand Awareness* Big Gaming" sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 19 Juli 2022



(Gary Winterstein)

Responden/ Narasumber

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lea Priscilla
Jabatan : Part of Big Academy & Content Creator

Menerangkan bahwa:

Nama : Yabes Antonio
NIM : 20180400017
Fak/ Jur : Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara bersama pada bulan Juli 2022 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul "Pemanfaatan konten Valorant melalui akun TikTok @leaprisillaa dalam membangun *Brand Awareness* Big Gaming" sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 19 Juli 2022



(Lea Priscilla)

Responden/ Narasumber

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Lea Priscilla

Pertanyaan	Jawaban
Awalnya cici mutusin untuk bikin akun dan konten di TikTok itu kapan? Dan kenapa?	Aku awalnya bikin TikTok itu tanggal dua puluh empat maret, dua ribu dua puluh, dan awalnya bukan buat konten Valorant atau Big Gaming, karena memang awalnya akun itu udah ada sebelum aku join Big Gaming, nah setelah join BIG otomatis aku main game Valorant terus, dan otomatis juga konten isinya seputar Valorant dan Big Gaming.
Apa peran cici sebagai part of Big Gaming ?	Aku jadi pemain di Big Academy sekaligus jadi Content Creator nya.
Sudah berapa lama bergabung di Big Gaming	Aku mulai join Big itu dari Agustus 2021
Kalau boleh tau strategi atau konsep pemasarannya yang dipake Big Gaming itu apa atau bagaimana?	Mmmm Big Gaming paling Kerjasama kayak waktu itu sama platform "GOX.ID" sama ikut-ikut tournament dan cari sponsor supaya kayak kelihatan "itu tuh Big udah menang tuh" dan terakhir dari streamernya gitu paling. kita taruh logo Big Gaming dan dipakein nama BIGG didepannya supaya satu, itu jadi identitas, kedua secara ga langsung kita memperkenalkan diri kita as part of Big Gaming gitu, dan ga sekali dua kali kok ada yang nanya dan cari tahu "apa sih itu Big Gaming" bisa dilihat dari live chat saat aku streaming banyak yang nanyain tentang Big Gaming.
Cici sebagai <i>Content Creator</i> pakai platform apa aja untuk <i>posting content</i>	Untuk platform yang dipakai kan ada TikTok, Instagram, Twitch, YouTube, sama platform namanya GOX.ID, nah tapi yang paling ngena ke audiens sih pasti TikTok sama Instagram, soalnya kan mereka sendiri udah kayak media sosial yang "wajib", ibaratnya hampir semua pasti atleast tau apa itu TikTok dan apa itu Instagram, tapi di Instagram hanya untuk update dari Big Gaming dan konten pribadi.
Bentuk Kontennya apa aja?	TikTok itu Video, atau story juga bisa, Instagram sama, kalau Twitch bentuknya video clip aja.

<p>Kenapa paling sering di TikTok</p>	<p>Kalau ditanya kenapa TikTok, sebenarnya karena yang lagi orang-orang pake itu TikTok, bahkan kalau kamu liat Instastory atau di Facebook pun pasti nge-repost postingan TikTok kan seringnya, dan yang aku tau juga, TikTok itu asalkan kamu postingnya konsisten dalam artian rutin gitu, lama-lama akun TikTok kamu bakal muncul terus tuh di FYP nya orang-orang, dan fitur TikTok juga kerennya mereka ngasih nya sering ke orang-orang yang memang tertarik sama konten itu, jadi ga ke-sembarang orang lah bahasanya</p>
<p>Pernah ga cici berinteraksi langsung sama Audiens?</p>	<p>Kalau dari konten interaksi biasanya dari komen yah... dan kalau komennya apa..macam-macam, ada yang nanyain Big Gaming itu apa, atau nanya Big Gaming itu isi tim nya siapa aja, ada juga pertanyaan-pertanyaan seputar diri aku, ada juga yang nanya spesifikasi PC yang aku pake, atau bahkan ngajak main game bareng lewat kolom komen, dan kalau memang aku ada slot untuk pemain aku bisa aja ajak.</p>
<p>Ada yang pernah sampai join ke Big Gaming nya ga dari interaksi itu?</p>	<p>Dulu pernah juga Big Gaming buat yang Namanya "Big Academy" nah dari situ tuh banyak interaksi sama target pesertanya, tapi itu juga karena kita anak-anak Big bantu posting di TikTok, atau di Instagram biasanya bentuk "Insta story" yang ngajak orang-orang diluar tim Big untuk main Valorant bareng, jadi kayak seolah-olah "trial" sebagai part of Big Gaming tapi ga sampai join langsung ke Big Gaming nya sih.</p>
<p>Lalu untuk Akun @Leaprisilla itu dikelola oleh cici sendiri atau ada management khusus?</p>	<p>Ga ada, aku sendiri yang kelola.</p>
<p>Ada ga hambatan saat pengen bikin konten?</p>	<p>Mmm.. paling males edit aja sih karena aku post nya di TikTok kan kalau di stream resolusi layer monitor sama HP beda yaa, itu aja sih hahahah.</p>
<p>Gimana cici menyebarkanluaskan nama Big Gaming baik itu on stream juga off steam?</p>	<p>Kalau saat stream itu ya kita pakai atribut kayak Logo Big Gaming, sama nicknamanya aku, atau biasa kalau ada yang lagi tournament aku post story di IG pakai GIF yang punya nya Big Gaming. Pokoknya yang post related sama Big Gaming. Kalau offstream paling aku pakai Jersey nya BIG Gaming supaya kelihatan oh ada nih tim Big gitu.</p>

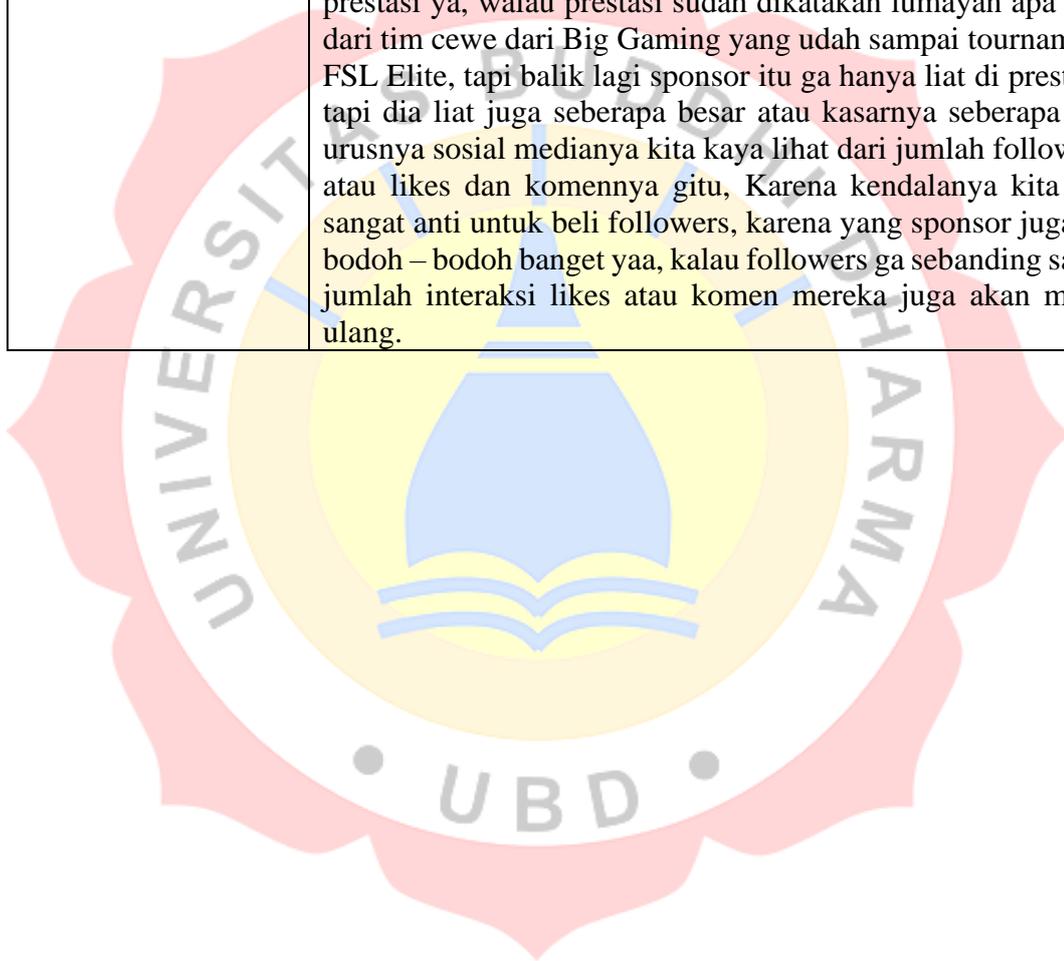
TRANSKRIP WAWANCARA

Informan Tambahan : Gary Winterstein

Jabatan : CEO Big Gaming

Pertanyaan	Jawaban
Om Gery, aku mau tanya, sejarah terbentuknya Big Gaming ini gimana sih?	...Awalnya di tahun 2000 kita itu hanya komunitas kecil yang mainnya hanya CS, homebase nya di Jakarta, ada juga yang dari Jakarta Selatan dan Jakarta Utara, disitu kita ada 6 divisi dan total anggota sekitar 30 orang, dari tahun 2000 itu kita nama komunitasnya udah "Team Big" dan ditahun 2000 sampai 2007 kita main game CS aja, setelah itu ditahun 2011 kita ada divisi untuk tim Dota 2 sama Point Blank, sampai tahun 2017 tuh. Awal terbentuknya sebenarnya aku dan temen aku punya untuk lebih seriusin dibidang e-sport, dan kebetulan di sekitar tahun 2019 sampai 2020 itu e-sport lagi booming, dan syukurnya kita ada modal untuk kita jadiin PT nih, dengan nama, PT. Indonesia bermain gemilang, nah dari situ Big Gaming jadi nama tim dari PT itu, dan di tahun 2021 kemarin itu kita udah resmi jadi organisasi yang professional, jadi kita masih tergolong tim yang baru
Anak-anak di Big Gaming itu peran pemainnya ada apa aja om?	Untuk anak-anaknya ada yang streamer bahkan sudah ada sampai dengan julukan Pro, nah tapi kamu harus tau dulu disebut Pro Player bukan karena juara satu aja yah, dia disebut pro player karena sikap dan perilaku dan sekaligus memang kerjaan itu ikutin jadwal Latihan setiap hari, bagaimana atur pola tidur nya, dan itu harus, dan karena Big hitungannya masih baru, kedepannya kita akan ahli gizi untuk para player, psikolog untuk mental health player nya juga.
Untuk Media sosial Big Gaming itu fungsinya untuk apa om?	Kalau di Big Gaming sendiri, selain kita cari untuk sponsor atau kerjasama, kita juga mau jadi komunitas, karena awalnya kita komunitas, kita udah berusaha dari dulu nih, walau baru dari internal kita aja waktu jaman ktia masih main Counter Strike, ketika ada orang baru join, kita selalu ingetin dua hal, yaitu satu, gaboleh pakai cheat apapun itu, dan gaboleh toxic, dan didikan karakter itu masih kita bawa sampai sekarang, ketika ada anak baru yang join tim BIG, aku selalu ingetin dua hal itu, gaboleh cheat dan gaboleh toxic, dan aku selalu bilang juga, walaupun kalian belum jago, setidaknya orang-orang bisa lihat kalian ini anak-anak BIG, yang ramah-ramah, dan kalau ada orang ajak main lewat discord di BIG diajarin untuk gaboleh merasa ada gap walaupun mereka udah punya julukan

	<p>sebagai “Pro Player”. Aku bersyukur juga mereka lakukan itu di kehidupannya sehari-hari gitu, jadi orang yang bukan part of Big gaming juga senang gitu kalau orang-orang nya ramah dan humble gitu, otomatis kita juga dapat respect karena nilai manner kita yang baik.</p>
<p>Menurut om, seberapa penting sih Media sosial bagi Big Gaming?</p>	<p>Menurut aku media sosial itu salah satu yang paling penting sih, apalagi untuk organisasi atau tim yang baru kayak kita Big.Gaming gini ya, that’s why kita pakai sosial media TikTok, Instagram, Gox, YouTube, dan Twitch untuk update kita punya organisasi, sosial media untuk tim e-sport kaya Big gini menurutku sangat berpengaruh berhubungan dengan sponsorship, karena sponsorship sekarang ga hanya liat dari prestasi ya, walau prestasi sudah dikatakan lumayan apa lagi dari tim cewe dari Big Gaming yang udah sampai tournament FSL Elite, tapi balik lagi sponsor itu ga hanya liat di prestasi, tapi dia liat juga seberapa besar atau kasarnya seberapa keurusnya sosial medianya kita kaya lihat dari jumlah followers atau likes dan komennya gitu, Karena kendalanya kita tuh sangat anti untuk beli followers, karena yang sponsor juga ga bodoh – bodoh banget yaa, kalau followers ga sebanding sama jumlah interaksi likes atau komen mereka juga akan mikir ulang.</p>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi:

Nama Lengkap : Yabes Antonio

Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 4 September
2000

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Kristen

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jalan MT. Haryono no 6 RW.36 Sukasari Tangerang

Nomor Telepon : 085156604396

Email : yabes.antonio@gmail.com

IPK Terakhir : 3.75



Riwayat Pendidikan:

SD SEKOLAH KRISTEN KANAAN

SMP ATHALIA

SMA ATHALIA

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Riwayat Pekerjaan:

- Bekerja di The Bunker Café Gading Serpong sejak tahun 2018 – 2021
- Bekerja sebagai Talent, dan YouTube *Content Creator* di Hobby Indonesia
- Melaksanakan praktek magang di School of Life Institute bagian *content creator* dan *Content Marketing*.
- Bekerja di PT. Dama Imaji Kreatif sebagai brand Strategist tahun 2022



**Universitas
Buddhi Dharma**
Kreativitas membangkitkan inovasi

Code Verification:



July 30, 2022

Editor Explanation:

Dears **YABES ANTONIO**
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Faculty : **Bisnis/Illmu Komunikasi**

Title : **Pemanfaatan Konten Valorant Melalui Akun TikTok @Leapiscillaa Pada Brand Awareness BigGaming**

ID Student : **20180400017**

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : **9074**
Character Count : **57535**
Similarity Index : **26**
Internet Source : **25**
Publication : **10**
Student Paper : **17**
Exclude quotes : **Off**
Exclude bibliography : **On**
Exclude matches : **10 words**

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,
Riki, M.Kom
UBD-Training Center