



UNIVERSITAS NASIONAL

JUDUL

**Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring Pada Channel
Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian Di
Aplikasi Steam**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana**

Disusun Oleh :

Agung Puji Susanto

223516516038

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK**

MARET

2026



UNIVERSITAS NASIONAL

JUDUL

**The effect of indirect promotion with Elden Ring game on Windah
Basudara's Youtube channel on buying interest in the Steam
application**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements
for the Bachelor Degree**

Agung Puji Susanto

223516516038

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENE

MARCH

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AGUNG PUJI SUSANTO
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516038
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Kekhususan : ADVERTISING
Judul Skripsi : Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring Pada Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian di Aplikasi Steam
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan
UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Agung Puji Susanto

NPM : 223516516038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring pada Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian di Aplikasi Steam

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Ramlan Siregar, M.Si

Penguji 1 : Dr. Drs. Selamat Ginting, M.I.Kom

Pembimbing : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 11 Maret 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Agung Puji Susanto

NPM : 223516516038

Judul Skripsi : Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring Pada Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian di Aplikasi Steam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 12 Februari 2026



Agung Puji Susanto



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AGUNG PUJI SUSANTO

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516038

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Kekhususan : ADVERTISING

Judul Skripsi : Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring Pada Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian di Aplikasi Steam

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

ABSTRAK

Nama lengkap : Agung Puji Susanto
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : “Pengaruh Indirect Promotion Game Elden Ring Pada Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian Di Aplikasi Steam”
Pembimbing : Dr.Ambia B Boestam, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Indirect promotion yang di ciptakan oleh Windah Basudara melalui konten game di channel youtubanya terhadap minat pembelian game Elden Ring di aplikasi steam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDCA, teori AIDCA digunakan sebagai model teoritis untuk menjelaskan bagaimana Indirect Promotion memengaruhi minat pembelian melalui lima tahap yakni Attention, Interest, Desire, Conviction, dan Action. Namun, teori ini tidak dihitung secara statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanasi sebagai penjelasan pengaruh antar variabel dengan menggunakan bantuan instrumen penelitian berupa kuesioner. Dalam penelitian populasi yang digunakan adalah para subscriber channel youtube dari Windah Basudara dan jumlah sampelnya ditarik berdasarkan perhitungan melalui rumus Slovin, dan didapatkan hasil 100 sampel. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan bahwa variabel Indirect promotion sebagian besar terpapar dengan intensitas tinggi dengan minat pembelian terkategori cukup tertarik. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi hitung $0.001 < 0.05$ terdapat pengaruh signifikan dari Indirect promotion di channel Youtube Windah Basudara terhadap minat pembelian game Elden Ring di Aplikasi Steam. Besar pengaruh berdasarkan uji koefisien determinasi keseluruhan adalah sebesar 10.3%, yang berarti 89,7% sisanya dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian ini. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa Indirect promotion melalui influencer seperti Windah Basudara merupakan strategi pemasaran yang efektif. Konten yang kreatif dan relevan dapat memengaruhi kesadaran, ketertarikan, serta keputusan pembelian konsumen di platform digital seperti Steam, meskipun dilakukan secara tidak langsung.

Kata Kunci : AIDCA, Promosi, Minat Pembelian, Game

ABSTRACT

Full Name : Agung Puji Susanto
Study Program : Communication Science
Thesis Title : "The Influence of Indirect Promotion of the Elden Ring Game on Windah Basudara's YouTube Channel on Purchase Intention on the Steam Application"
Advisor : Dr. Ambia B. Boestam, M.Si

The purpose of this study was to determine how much influence the Indirect promotion created by Windah Basudara through game content on his YouTube channel on the interest in purchasing Elden Ring games on the steam application. The theory used in this study is AIDCA theory, AIDCA theory is used as a theoretical model to explain how Indirect Promotion affects purchase interest through five stages, namely Attention, Interest, Desire, Conviction, and Action. However, this theory is not statistically calculated. This study uses a quantitative research approach. The method used in this study is an explanatory survey method as an explanation of the influence between variables using the help of research instruments in the form of questionnaires. In the study the population used is the youtube channel subscribers of Windah Basudara and the number of samples drawn based on calculations through the Slovin formula, and the results obtained 100 samples. Sampling technique is done by purposive sampling technique. Based on the results of descriptive analysis, it was found that the Indirect promotion variable was mostly exposed to high intensity with categorized purchase interest quite interested the hypothesis test results showed a significance value of $0.001 < 0.05$ there was a significant influence of Indirect promotion on Windah Basudara's Youtube channel on the interest in purchasing Elden Ring Games in the Steam application. The effect based on the overall coefficient of determination test is 10.3%, which means the remaining 89.7% is influenced by other variables outside this study. The conclusion of the study shows that Indirect promotion through influencers such as Windah Basudara is an effective marketing strategy. Creative and relevant content can influence consumer awareness, interest, and purchase decisions on digital platforms like Steam, even if it's done indirectly.

Keywords : AIDCA, Promotion, Purchase Interest, Game

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
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. Kegunaan Teoritis.....	9
2. Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Proposal.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Deskripsi Teori	28
2.3 Konsep Penelitian.....	29
2.3.1 Promosi Tidak Langsung (Indirect Promotion).....	29
2.3.2 Iklan.....	32
2.3.3 Promosi.....	33
2.3.4 Medsos.....	33
2.3.5 Youtube	33
2.3.6 Video Game	34
2.3.7 Marketing	35
2.3.8 Opini Publik.....	35
2.3.9 Strategi pemasaran Pass,Pull,Push	36
2.4 Kerangka Teori.....	36
2.4.1 Indirect Promotion.....	37
2.4.2 Minat Pembelian.....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Metode penelitian	39
3.2 Paradigma Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Operasionalisasi Variabel	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	48
3.6 Uji coba instrumen validitas reliabilitas.....	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	52
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	55
3.8.1 Lokasi	55
3.8.2 Jadwal	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Objek Penelitian	57
4.2 Deskrip data Penelitian Pengaruh <i>Indirect Promotion Game Elden Ring</i> Pada <i>Channel Youtube Windah Basudara Terhadap Minat Pembelian</i> Di Aplikasi Steam.....	63
4.2.1 Identitas Responden.....	63
4.2.2 Deskripsi Analisis Data Inferensial Uji Normalitas	66
4.2.3 Deskripsi Analisis Data Inferensial Uji Korelasi.....	66
4.2.4 Deskripsi Analisis Data Inferensial Koefisien Determinas	68
4.2.5 Analisis Inferensial Regresi Linear Sederhana	69
4.2.6 Deskripsi Analisis Data Inferensial Uji T.....	70
4.2.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Indirect promotion</i>	71
4.2.8 Analisi Deskriptif Variabel <i>Minat Pembelian</i>	82
4.3 Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	37
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Indirect promotion (X).....	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian (Y)	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Realibilitas	52
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Tingkat Usia Responden.....	64
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Tabel Uji Normalitas	66
Tabel 4. 5 Tabel Output SPSS Uji Korelasi Product Moment-Pearson.....	67
Tabel 4. 6 Kriteria Kekuatan Hubungan.....	67
Tabel 4. 7 Koefisien Determinasi	68
Tabel 4. 8 Hasil Output SPSS Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4. 9 Output SPSS Uji T.....	70
Tabel 4. 10 Sering Menonton Konten Game Elden Ring.....	71
Tabel 4. 11 Sering Melihat Konten Game Elden Ring di Beranda Youtube	72
Tabel 4. 12 Menonton Dalam Durasi Tertentu Video.....	73
Tabel 4. 13 Rutin Menonton Setiap Minggu	74
Tabel 4.14 Merasa Konten Game Elden Ring Di Channel Youtube Windah Basudara Menarik Meskipun Tidak Secara Aktif Mencari Atau Menontonnya	75
Tabel 4. 15 Fokus pada informasi yang diberikan	76
Tabel 4. 16 Menonton Hingga Selesai	77
Tabel 4. 17 Memperhatikan Elemen Visual atau Grafis Yang Menarik	78
Tabel 4. 18 Membuat Ingin Mencari Tahu Lebih Lanjut dan Terus Menonton	79
Tabel 4. 19 Analisis Kategori Indirect promotion	80
Tabel 4. 20 Analisis Perhitungan Kategori Indirect promotion.....	81
Tabel 4. 21 Memperhatikan Narasi dan Informasi Penting.....	82
Tabel 4. 22 Membuat Ingin Mencari Tahu Lebih Lanjut	83
Tabel 4. 23 Membantu Lebih Yakin Untuk Membeli Atau Mencoba	84
Tabel 4. 24 Lebih Yakin Mempertimbangkan Pembelian Game Elden Ring	85
Tabel 4. 25 Merasa Terdorong Untuk Membeli Game Elden Ring.....	86
Tabel 4. 26 Sesuai Dengan Kebutuhan Hiburan Atau Minat	87
Tabel 4. 27 Memiliki Keterikatan Emosional Terhadap Game Elden Ring	88
Tabel 4. 28 Menciptakan Pengalaman Yang Menarik	89
Tabel 4. 29 Mempunyai Rasa Penasaran dan Mendorong Untuk Segera Membeli Di Aplikasi Steam	90
Tabel 4. 30 Analisis Kategori Minat Pembelian.....	91
Tabel 4. 31 Analisis Perhitungan Kategori Minat Pembelian	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Steam tahun 2026	1
Gambar 1. 2 Youtuber Windah Basudara sedang memainkan Game Elden Ring...	6
Gambar 4. 1 Logo dan foto Windah Basudara	57
Gambar 4. 2 Subscriber Windah Basudara (Youtube Windah Basudara)	59
Gambar 4. 3 Livestreaming Channel Youtube Windah Basudara	60
Gambar 4. 4 Playlistt Chanel Youtube Windah Basudara	62

