

***GAMIFICATION* DALAM MEMBANGUN *BRAND*  
*AWARENESS* PADA KOLABORASI NCT DREAM DAN  
LEMONILO**

**SKRIPSI**



Oleh :

**RUSDIANA LESTYORINI**

**18043010033**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SURABAYA**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

#### GAMIFICATION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA KOLABORASI NCT DREAM DAN LEMONILO

Disusun oleh:

**Rusdiana Lestvorini**

**18043010033**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,  
**PEMBIMBING**



**Svifa Svarifah Alamiyah, S.Sos, M.Commun**

**NPT. 384031002991**

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NIP.1980418202121006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**GAMIFICATION DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS PADA KOLABORASI NCT DREAM DAN  
LEMONILO**

Oleh :

Rusdiana Lestvorini


NPM : 18043010033

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji  
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan  
Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 24 Juni 2024

Pembimbing


I. Ketua

Tim Penguji

  
Svifa Syarifah A., S.Sos, M.Commun  
NPT. 384031002991

  
Dra. Sumardijati, M.Si  
NIP. 196203231993092001

2. Sekretaris


  
Svifa Syarifah A., S.Sos, M.Commun  
NPT. 384031002991

3. Anggota

  
Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom, M.A  
NPT. 20219920529182

Mengetahui,

DEKAN FISIP

  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP.1980418202121006

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang diberikan, sehingga proposal skripsi dengan judul **“GAMIFICATION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA KOLABORASI NCT DREAM DAN LEMONILO”** dapat terselesaikan dengan baik. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat studi mahasiswa Strata Satu (S-1) di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan dan proses penulisan. Namun penyusunan proposal skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Selesaiannya penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari Ibu Syifa Syarifah, S.Sos, M.Commun, yang dengan segala perhatian dan kesabarannya serta rela meluangkan waktu untuk membimbing penulis.

Selain itu, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam proses menyelesaikan proposal skripsi ini, di antaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Syafrida Nurrachmi F, S.Sos.,M.Med.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Orangtua penulis, Michael Roedy dan saudara-saudara penulis, Karina Celia, Priskila, Eveline, Nita, Debby, Theona, Angel, Wahyu, Nelson, dan Erwin, yang telah memberi dukungan materil maupun non-materil untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi, Swandhika Ramadhan, Heppy Lilaelsa, Devi Apriliana, Patricia Dorin, Tasya Aulia, Nanda Alya, Tiara Febry, dan Eryko yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat penulis, Reina, Audrey, Felicia, Hoshi, Cynthia, Prista, Delita, Steve, Jacinda, Anthony, Kevin, Jessi, dan Merry yang telah memberikan saran, kritik dan dorongan semangat dan bantuannya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyusun proposal skripsi ini.
8. Seluruh pihak terkait dan berkepentingan yang telah membantu penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Surabaya, 24 Juni 2024

Rusdiana Lestyorini

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	11
1.2 Rumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.4.2 Manfaat Praktis .....	19
<b>BAB II</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
2.2 Kajian Literatur .....	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	44
Penerapan <i>Gamification</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	44
<b>BAB III</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian .....	49
3.3 Definisi Konseptual.....	51
3.4 Lokasi Penelitian.....	53
3.5 Subjek/Objek Penelitian.....	53
3.6 Teknik Penentuan Informan.....	53
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	55
<b>BAB IV</b>	
4.1 Objek Penelitian dan Penyajian Data .....	58
4.2 Analisis Data.....	63
4.3 Pembahasan.....	75

4.3.1 Hubungan Antara Gamification dengan Brand Awareness .....	75
4.3.2 Keterlibatan Konsumen dalam Kolaborasi NCT Dream X Lemonilo .....	78

**BAB V**

5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	86

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>
-----------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data streaming MV NCT pada platform Youtube .....	9
Gambar 1.2 Tampilan Lemonilo app saat kolaborasi dengan NCT Dream .....	11
Gambar 1.3 Gambar Lemonilo X NCT Dream cam .....	11
Gambar 1.4 Tampilan fitur photo filter pada Lemonilo app .....	12
Gambar 1.5 Tampilan website Lemonilo .....	12
Gambar 2.1 Gambar anggota NCT Dream .....	33
Gambar 2.2 Gambar kolaborasi NCT Dream dan Lemonilo .....	35
Gambar 2.3 Kerangka berpikir .....	34
Gambar 3.1 Proses penelitian dengan metode kualitatif .....	38



## **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin populernya budaya Korea di Indonesia dari waktu ke waktu sehingga banyak pengusaha pemilik sebuah brand yang berkolaborasi dengan *idol group* atau selebriti Korea Selatan untuk meningkatkan baik branding maupun penjualan produk mereka dikalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep *gamification* diterapkan dalam lingkup *branding* untuk meningkatkan *brand awareness* sebuah brand makanan sehat yaitu Lemonilo, serta bagaimana fenomena tersebut dapat meningkatkan *brand awareness* khususnya dikalangan kpopers. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan teknik *interview* dan observasi.

Kata kunci : *Gamification*, *Brand awareness*, Lemonilo, NCT Dream, Kpop

## ***Abstract***

The background of this research is the popularity of Korean Wave that increase day by day in Indonesia, so that many of brand owners collaborate with South Korean idol group or celebrity to increase both of branding and selling of their products among the community. This research aimed to know how gamification is implemented in the scope of branding to increase brand awareness of healthy food brand, named Lemonilo, and also how that phenomenon able to increase the brand awareness especially among kpopers or kpop fans. This research was conducted using qualitative methods and using interview and observation technique.

Keywords : Gamification, Brand awareness, Lemonilo, NCT Dream, Kpop