

**ANALISIS STRATEGI RIOT GAMES DALAM PROMOSI GLOBAL
GAME VALORANT DENGAN MENGANGKAT KEBUDAYAAN LOKAL
FILIPINA PADA TAHUN 2022-2023**

SKRIPSI



Dibuat oleh:

Ahmad Surya Nurhafidz Haeran

21044010165

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

SURABAYA

2025

**ANALISIS STRATEGI RIOT GAMES DALAM PROMOSI GLOBAL
GAME VALORANT DENGAN MENGANGKAT KEBUDAYAAN LOKAL
FILIPINA PADA TAHUN 2022-2023**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

Ahmad Surya Nurhafidz Haeran 21044010165

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI RIOT GAMES DALAM PROMOSI GLOBAL
GAME VALORANT DENGAN MENGANGKAT KEBUDAYAAN LOKAL
FILIPINA PADA TAHUN 2022-2023**

Disusun Oleh :


Ahmad Surya Nurhafidz Haeran

21044010165

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Megahnanda Alldyan Kresnawati, S.IP., M.IP.
NPT. 198611062021212003

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI RIOT GAMES DALAM PROMOSI GLOBAL
GAME VALORANT DENGAN MENGANGKAT KEBUDAYAAN LOKAL
FILIPINA PADA TAHUN 2022-2023

Oleh:

Ahmad Surya Nurhafidz Haeran
21044010165

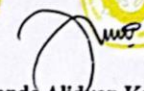
Telah diperintahkan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan
Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada
tanggal

PEMBIMBING

TIM PENGUJI


Megahnanda Alidyan Kresnawati,
S.I.P., M.I.P.
NPT. 198611062021212003


Muhammad Indrawan Jatmika,
S.I.P. MA.
NPT. 199511132024061001


Megahnanda Alidyan Kresnawati,
S.I.P., M.I.P.
NPT. 198611062021212003


Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P. MIR,
C.M.C.
NIP. 17119930803037

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211066

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Surya Nurhafidz Haeran

NPM : 21044010165

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat pada bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 April 2025

Yang Membuat pernyataan



Ahmad Surya Nurhafidz Haeran

21044010165

HALAMAN MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

Surat Al-Baqarah Ayat 286

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis curahkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya dapat dilancarkan dalam proses pengerjaan proposal skripsi dengan judul

“Analisis Strategi Riot Games terhadap Promosi Game Valorant dengan Mengangkat Kebudayaan Lokal Filipina pada Tahun 2022-2023” secara baik. Selama proses penyusunan berlangsung tidak lepas dari dukungan, doa, dan bimbingan dari orang-orang sekitar, oleh karena itu penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya dapat melaksanakan Skripsi hingga selesai secara lancar.
2. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan restu, doa, dukungan, serta kebutuhan- kebutuhan penulis selama pelaksanaan Skripsi
3. dilakukan hingga selesai.
4. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
6. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jawa Timur.
7. Megahnanda Alidyan Kresnawati s.ip m.ip selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing penulis dalam membantu penyusunan proposal skripsi ini.
8. Seluruh jajaran dosen Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menempuh studi.

9. Kepada Annisa Alya Sunarya yang sudah menemani dalam penyusunan proposal skripsi sebagai penenang dan sebagai rumah disaat kesulitan dan kebingungan. Dan support mental maupun fisik
10. Kepada teman-teman Arif, Farhan, Fai yang selalu support dalam proses pengerjaan skripsi, dan teman lainnya

Penulis menyadari bahwa setiap hal memiliki kekurangan dan kelebihan, oleh karena itu penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun sebagai penyempurnaan penulisan selanjutnya. Adapun harapan penulis dengan adanya proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekaligus sebagai bentuk evaluasi bagi penulis untuk penulisan selanjutnya.

Surabaya, 18 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4. Kerangka Pemikiran	6
1.4.1 Teori Strategi Global Marketing	6
1.4.2 STANDARDIZATION/ADAPTATION.....	6
1.4.3 Marketing Mix	7
1.4.4 Product.....	8
1.4.5 Price	8
1.4.6 Promotion	9
1.4.7 Place	9
1.4.8 People	10
1.4.9 Process	10
1.4.10 Physical Evidence.....	10
1.5 Sintesa Pemikiran	11
1.6. Argumen Utama	12
1.7. Metode Penelitian.....	13
1.7.1 Tipe Penelitian	13
1.7.2 Jangkauan Penelitian	14
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	14
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	14

1.7.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II.....	17
2.1 Komparasi Valorant pada pasar games global.....	20
2.2 Product	23
2.3 Promotion	28
BAB III Pemetaan Price, Place, People, Process, dan Physical Evidence	34
3.1 <i>Price</i>	36
3.2 Place	40
3.3 People	42
3.4 Process.....	44
3.5 Physical Evidence	47
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	51
4.1 Kesimpulan.....	51
4.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA:.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Angka Pemain Valorant pada Januari 2022 Sumber: (Valorant Tracker, 2022).....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1. Metode pembayaran wilayah Indonesia	25
Gambar 3. 1. Bentuk promosi riot dalam game valorant	40

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah mendorong industri game untuk memperluas pasar mereka melalui strategi pemasaran lintas negara. Riot Games sebagai pengembang game global memanfaatkan momentum ini dengan menerapkan strategi global marketing dalam mempromosikan game Valorant, salah satunya melalui pengangkatan kebudayaan lokal Filipina dalam karakter agent bernama Neon. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya minat pemain di kawasan Asia Tenggara, khususnya Filipina, setelah dirilisnya karakter tersebut. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan teori Marketing Mix 7P (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) serta konsep standardization vs adaptation, penelitian ini menganalisis bagaimana elemen budaya lokal—seperti bahasa, latar visual, musik, dan narasi—disisipkan dalam konten game sebagai bentuk strategi promosi yang terlokalisasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi Riot Games berhasil membangun engagement emosional, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan jumlah pemain di Filipina. Temuan ini membuktikan bahwa integrasi budaya lokal dalam konten digital dapat menjadi alat efektif dalam promosi global, sekaligus menjadi model keberhasilan pemasaran lintas budaya dalam industri game modern.

Kata Kunci: Valorant, Riot Games, Marketing Mix, 7P, Global Marketing