

**STRATEGI MARKETING GLOBAL RIOT GAMES MELALUI
VALORANT CHAMPIONS TOUR DI KOREA SELATAN TAHUN 2024**

SKRIPSI



Oleh:

ELMA DEVI WIDAYANA HALAWA

NPM. 22044010181

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

**STRATEGI MARKETING GLOBAL RIOT GAMES MELALUI
VALORANT CHAMPIONS TOUR DI KOREA SELATAN TAHUN 2024**

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:

ELMA DEVI WIDAYANA HALAWA

NPM. 22044010181

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL

**STRATEGI MARKETING GLOBAL RIOT GAMES MELLAUI VALORANT
CHAMPIONS TOUR DI KOREA SELATAN TAHUN 2024**

Disusun Oleh:



Elma Devi Widayana Halawa

22044010181

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Resa Rasyidah, M.Hub.Int.

NIP.198610312021212001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP.1968041820212110006

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI MARKETING GLOBAL RIOT GAMES MELLAUI VALORANT
CHAMPIONS TOUR DI KOREA SELATAN TAHUN 2024

Oleh
Elma Devi Widayana Halawa
22044010181

Telah dipertahankan 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 11 Maret 2026

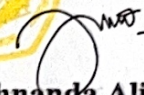
Pembimbing



Resa Rasvidah, M.Hub.Int.
NIP.198610312021212001

Tim penguji

1. Ketua



Megahnanda Alidyan K., M.Ip
NIP.198611062021212003

2. Sekretaris



Adiasri Putri Purbantina, Ph.D
NPT. 386021303591

3. Anggota



Resa Rasvidah, M.Hub.Int.
NIP.198610312021212001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP.196804182021211000

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elma Devi Widayana Halawa
NPM : 22044010181
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 bagian dari 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/Desertasi 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 Maret 2026
Yang membuat pernyataan



Elma Devi Widayana Halawa
22044010181

HALAMAN MOTTO

"Jarak ribuan kilometer dan kantong yang sering kosong tidak pernah mampu menghentikan langkah yang dipandu oleh doa kedua orang tuamu"

"Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil membawa benih banyakan, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya."

(Mazmur 126:6)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah-Nya sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati sebagai wujud bakti dan kasih sayang kepada kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu yang doa senyapnya di sepertiga malam menjadi lentera bagi langkah-langkah sulit saya. Terima kasih atas segala pengorbanan, cinta yang tak bersyarat, serta kepercayaan luar biasa yang kalian berikan hingga saya mampu berdiri di titik ini. Skripsi ini adalah kado kecil untuk segala peluh yang kalian curahkan demi masa depan saya. Untuk saudara laki-laki saya tersayang Libona Jemia Marsianus Halawa, S.Hut., Ari Angga Halawa, S.M., Terima kasih sudah jadi "bank" pribadi sekaligus penyemangat paling tangguh. Gelar Sarjana ini ada karena pengorbanan Abang yang luar biasa. Janjiku buat lulus sudah lunas ya, Bang! Sekarang giliran aku yang berjuang supaya nanti bisa gantian membahagiakan Abang dan keluarga. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri. Terima kasih karena telah berani memulai, memilih untuk bertahan di saat ingin menyerah, dan tetap melangkah meski dengan beban yang tidak ringan. Karya ini adalah bukti bahwa setiap usaha yang sungguh-sungguh akan selalu menemukan muaranya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kuasa-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**Strategi Marketing Global Riot Games Melalui Valorant Champions Tour di Korea Selatan Tahun 2024**” dengan lancar. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan partisipasi menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M. MT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur;
3. Bapak Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR., selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Resa Rasyidah, M. Hub.Int., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan segenap dedikasi, dukungan dan perhatian kepada penulis selama proses penelitian ini. Semoga sehat dan kelancaran selalu disertakan Tuhan dalam setiap langkah;
5. Mama, Bapak, dan Abang Libona Jemia Marsianus Halawa, S.Hut., dan Ari Angga Rani Halawa, S.M sebagai motivasi utama penulis yang tiada henti memberikan kasih sayang dan dukungan. Semoga seluruh hal baik selalu Tuhan sertakan kepada motivasi utama penulis;
6. Seluruh Dosen Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan segenap ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh proses masa studi;
7. Teman-Teman seperjuangan penulis selama kuliah Betsaida Purba, Ilona Izdiyar, dan Widia Yulanti, yang menjadi sahabat dan tempat berpulang saya selama masa kuliah terutama dalam proses skripsi.
8. Diri sendiri yang mampu bertahan hingga di titik ini, untuk melewati segala sesuatu yang terasa sulit dan tidak mungkin dengan perlahan dan penuh semangat walaupun perlu waktu yang lebih lama. Semoga kedepannya akan selalu semangat dan tidak putus asa untuk meniti perjalanan yang akan datang.
9. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah memberikan dukungan positif yang sangat berarti kepada penulis.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengucapkan segenap permohonan maaf atas ketidaksempurnaan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi kecil pada ilmu pengetahuan. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan penelitian ini.

Surabaya, 11 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Umum.....	10
1.3.2 Tujuan Khusus	10
1.4 Kerangka Teori.....	11
1.4.1 <i>Strategy Global Marketing</i>	11
1.4.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	12
1.5 Sintesa Pemikiran	18
1.6. Argumen Utama	19
1.7 Metode Penelitian.....	20
1.7.1 Tipe Penelitian	20
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	21
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.7.5 Sistematika Penulisan	23
BAB II	25

ADVERTISING, SALES PROMOTION	25
2.1 <i>Advertising</i> (Periklanan).....	25
2.1.1 Iklan Mobile Valorant Champions Tour 2024.....	26
2.1.2 Iklan Luar Ruangan <i>Valorant Champions Tour</i> 2024	30
2.2.1 <i>Sales promotion</i> Melalui VCT Team Capsules 2024	33
2.2.2 <i>Sales promotion</i> Melalui <i>Champions</i> 2024 Bundle	35
2.2.4 <i>Sales promotion</i> Melalui Drop <i>Champions</i> VCT 2024	39
BAB III.....	43
<i>PERSONAL SELLING, PUBLIC RELATION, DAN DIRECT AND DIGITAL MARKETING</i>.....	43
3.1 <i>Personal selling</i>	43
3.1.1 <i>Valorant Champions Seoul Fan Fest</i> Agustus 2024.....	44
3.2.1 <i>Press Releases</i>	47
3.2.2 <i>Press Conference</i>	49
3.3 <i>Direct and Digital Marketing</i>	51
3.3.1 <i>Social Media</i>	52
KESIMPULAN DAN SARAN	56
4.1 Kesimpulan.....	56
4.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Viewers Champions	5
Tabel 1. 2 Tabel Pengumpulan Data	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pendapatan Game Valorant Tahun 2020-2024	3
Gambar 1.2	Sintesa Pemikiran	18
Gambar 2.1.1	Implementasi Iklan mobile VCT 2024 Melalui Banner Digital	27
Gambar 2.1.2	Implementasi Iklan Luar Ruangan VCT 2024	31
Gambar 2.2.1	Implementasi Sales Promotion Melalui VCT Team Capsules 2024 ..	34
Gambar 2.2.2	Implementasi Sales promotion Melalui Champions 2024 Bundle	36
Gambar 2.2.3	Implementasi Sales promotion Melalui Merchandise VCT 2024	38
Gambar 2.2.4	Implementasi Sales promotion Melalui Drop Champions VCT 2024	40
Gambar 3.1.1	Implementasi Komponen Personal Selling.....	45
Gambar 3.2.1	Implementasi Public Relation Melalui Press Realease.....	48
Gambar 3.2.1	Implementasi Public Relation Melalui Press Conference	50
Gambar 3.3.1	Implementasi Diricet and Digital Marketing Melalui Media Sosial ..	53
Gambar 3.3.2	Implementasi Direct and Digital Marketing Melalui Live Streaming	55

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran global Riot Games Melalui Valorant Champions Tour yang diselenggarakan di Seoul, Korea Selatan pada tahun 2024. Penelitian ini akan menggunakan konsep Integrated Marketing Communication (IMC). Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini akan menganalisis bagaimana bentuk implementasi dari IMC yang dilakukan oleh Riot Games selama kegiatan tersebut berlangsung. Adapun teori strategi marketing global yang menjadi landasan bahwa untuk mengekspansi bisnis dalam skala internasional, memerlukan riset dan analisis yang mendalam terkait kebutuhan pasar dan juga sumber daya yang dibutuhkan. Didukung dengan konsep IMC oleh Kotler dan Armstrong 2018 yang menyatakan bahwa dalam sebuah promosi perusahaan diperlukan marketing komunikasi yang melibatkan dan integritas semua elemen komunikasi pemasaran sebuah perusahaan secara menyeluruh dan terpadu. Pada hasil penelitian ini akan menunjukkan strategi yang dilakukan oleh Riot Games dengan mamfaat marketing komunikasi dalam pemasaran global mampu menjangkau jaringan yang lebih luas dan bertumbuh secara positif dengan implementasi 5 komponen.

Kata Kunci: IMC, Valorant Champions Tour, Riot Games, Korea Selatan