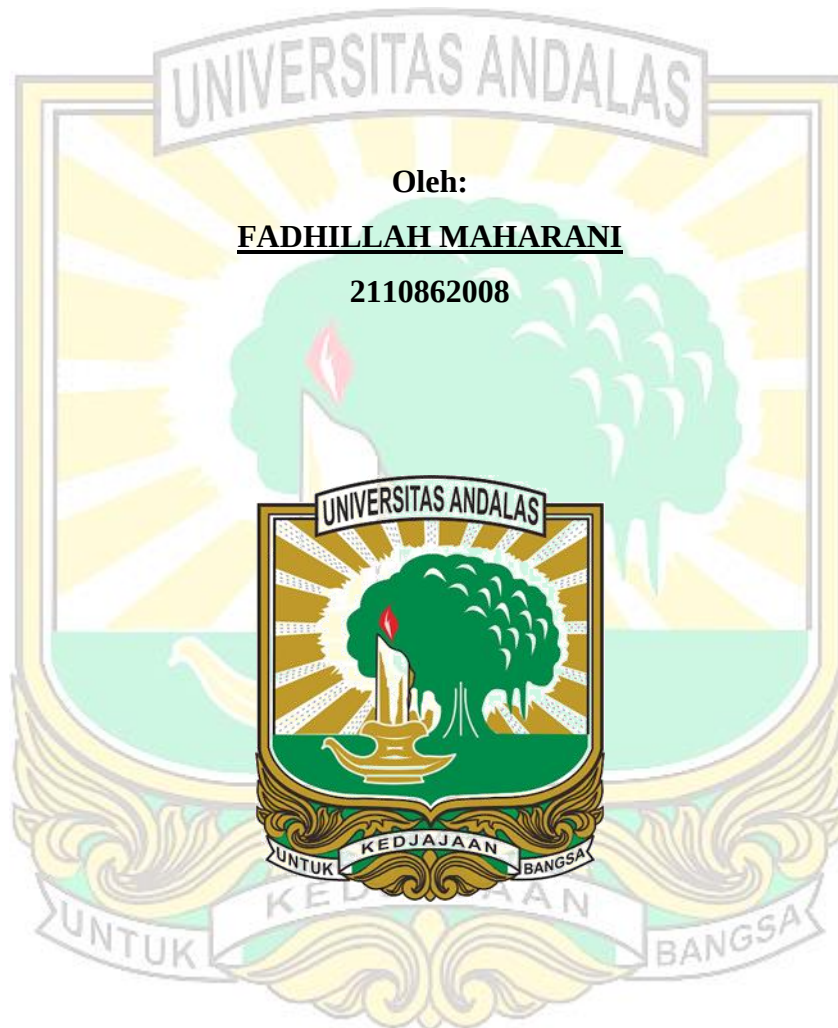


**PENGARUH KONTEN *EDUTAINMENT* “ACADEMY OF CHAMPIONS”
TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN RUANGGURU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh:

FADHILLAH MAHARANI

2110862008

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

**PENGARUH KONTEN *EDUTAINMENT* “ACADEMY OF CHAMPIONS”
TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN RUANGGURU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

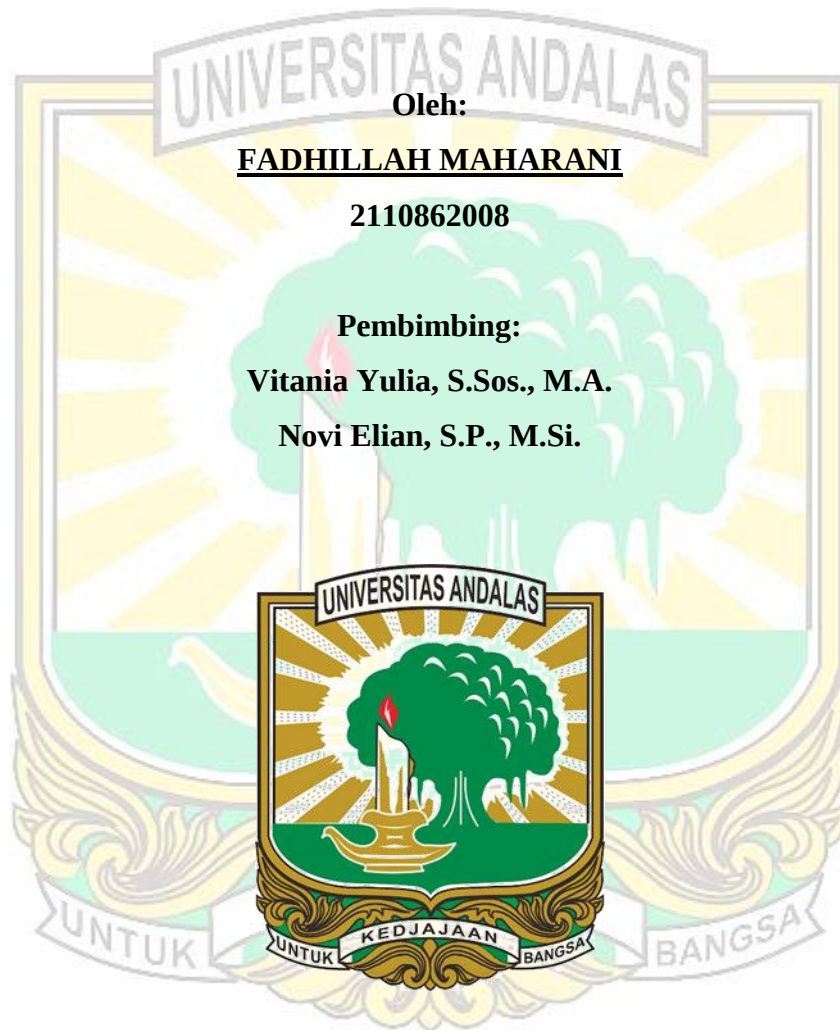
FADHILLAH MAHARANI

2110862008

Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos., M.A.

Novi Eliau, S.P., M.Si.



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2025

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN *EDUTAINMENT* “ACADEMY OF CHAMPIONS” TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN RUANGGURU

Oleh:
Fadhillah Maharani
2110862008

Pembimbing:
Vitania Yulia, S.Sos., M.A.
Novi Eliau, S.P., M.Si.

Persaingan industri pendidikan digital yang semakin kompetitif menuntut perusahaan *edutech* untuk terus berinovasi dengan menghadirkan strategi pemasaran kreatif dalam menjangkau target pasarnya. Ruangguru merespons tantangan ini melalui “Academy of Champions” (AOC), sebuah konten *edutainment* yang memadukan unsur edukasi dan hiburan melalui konsep kompetisi inspiratif menarik untuk menumbuhkan keyakinan audiens dalam mengambil keputusan terhadap Ruangguru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *edutainment* AOC terhadap keputusan berlangganan layanan Ruangguru berdasarkan model *Hierarchy of Effects* dari Lavidge dan Steiner. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* pada 130 responden yaitu pelajar SD kelas 6, SMP, dan SMA yang menonton seluruh episode AOC. Analisis data menerapkan teknik *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan konten *edutainment* AOC berpengaruh signifikan terhadap keputusan berlangganan Ruangguru (koefisien jalur 0,903; *t-statistics* 39,564; *p-values* 0,000). Nilai *R-square* sebesar 0,817, yang berarti 81,7% variasi keputusan berlangganan dapat dijelaskan oleh konten *edutainment* AOC, sedangkan 18,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini seperti penguatan strategi promosi, persepsi harga, dan motivasi pengguna. Temuan ini memperlihatkan bahwa AOC mampu menumbuhkan kesadaran, pemahaman, dan keyakinan pelajar terhadap Ruangguru yang kemudian mendorong keputusan berlangganan secara bertahap.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Konten *Edutainment*, Academy of Champions, Keputusan Berlangganan, Ruangguru

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF “ACADEMY OF CHAMPIONS” EDUTAINMENT CONTENT ON THE SUBSCRIPTION DECISION FOR RUANGGURU SERVICES

By:

**Fadhillah Maharani
2110862008**

Supervisors:

**Vitania Yulia, S.Sos., M.A.
Novi Eliau, S.P., M.Si.**

The increasingly competitive digital education industry demands that edtech companies continue to innovate by implementing creative marketing strategies to reach their target market. Ruangguru responds to this challenge through “Academy of Champions” (AOC), an edutainment content that combines educational and entertainment elements through an engaging and inspiring competition concept, building audience confidence in making decisions about Ruangguru. This study aims to determine the extent to which AOC edutainment content influences subscription decisions to Ruangguru services based on the Hierarchy of Effects model by Lavidge and Steiner. The research method uses a descriptive quantitative approach with a purposive sampling technique on 130 respondents, namely sixth-grade elementary school students, junior high school students, and senior high school students who watched all episodes of AOC. Data analysis applies the Partial Least Squares (SEM-PLS) technique through SmartPLS software. The results show that AOC edutainment content has a significant effect on Ruangguru subscription decisions (path coefficient 0,903; t-statistics 39,564; p-values 0,000). The R-square value of 0,817 indicates that 81,7% of the variation in subscription decisions can be explained by the AOC edutainment content, while the remaining 18,3% is influenced by other factors outside this research model, such as stronger promotional strategies, price perception, and user motivation. These findings demonstrate that AOC successfully enhances students’ awareness, understanding, and confidence toward Ruangguru, which gradually encourages their subscription decisions.

Keywords: Digital Marketing Communication, Edutainment Content, Academy of Champions, Subscription Decisions, Ruangguru