



**PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELA DIRI  
TAEKWONDO  
DI MASA PANDEMI COVID-19**

TESIS



UNIVERSITAS  
Sri Rukhby Andriyanti  
MERCU BUANA  
NIM : 55219120053

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA 2022**



**PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELA DIRI  
TAEKWONDO  
DI MASA PANDEMI COVID-19**

**TESIS**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi*

**UNIVERSITAS  
Sri Rukhby Andriyanti  
MERCU BUANA  
NIM : 55219120053**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA 2022**

## Abstract

The Covid-19 pandemic is a dangerous type of virus that attacks the respiratory system. Following up on the Covid-19 pandemic which first occurred in Wuhan, China since the end of 2019. Then it first entered Indonesia in March 2020. All sectors and mobility of life in Indonesia, especially in Jakarta, experienced bad obstacles. This situation was caused by the Lockdown system carried out by the government of the Republic of Indonesia, especially in Jakarta. So that with the Lockdown system all political, economic, social and cultural systems are closed, because all interactions and communication must be done at home.

stated that the Covid-19 pandemic in the sports sector, especially in schools or Taekwondo training centers, which the researchers called Dojang, played a role in the current situation so that the Dojang could be productive and survive to continue during the pandemic. Focusing on one of several Taekwondo dojangs in Jakarta, the researcher takes the form of a case study that will elaborate a more detailed explanation on the use of media in marketing communications at the CR Taekwondo academy Jakarta dojang about virtual class programs during the Covid-19 pandemic.

This Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta has a distance teaching program, which we usually call a daring program, namely the CR Taekwondo Academy Jakarta Taekwondo virtual class. Then it will explain how the marketing communication system will be used so that what benefits are provided through the use of digital media in the digital marketing communication system at Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

Dojang CR Taekwondo Academy is a Taekwondo martial arts training center in Jakarta. Where the purpose of this research is to provide an innovation in the virtual Taekwondo class program at Dojang CR Taekwondo academy. The concept of this research is the use of media in a marketing communication that focuses on the promotion mix or promotion mix which includes "Advertising, Public Relations, Direct Marketing, and so on". Continuing after the concept, there is a marketing communication process based on digital media and social media in its implementation. Therefore, this study has a qualitative research method using a case study paradigm that tells the Covid-19 phenomenon in the Taekwondo virtual sports program at Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

*Keywords: Marketing Communication Strategy, Promotional Mix, Digital marketing communication strategy, social media, Social construction on technology.*

## Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan jenis virus yang berbahaya yang menyerang sistem pernafasan. Menindak lanjuti pada pandemi Covid-19 yang pertama kali terjadi di Wuhan China sejak akhir tahun 2019. Kemudian pertama kali masuk di Indonesia pada bulan Maret 2020. Semua sektor dan mobilitas kehidupan di Indonesia khususnya di Jakarta mengalami kendala yang buruk. Keadaan buruk tersebut diakibatkan dengan adanya sistem Lockdown yang dilakukan oleh pemerintah Republik Indonesia khususnya di Jakarta. Sehingga dengan sistem Lockdown semua sistem politik, ekonomi sosial dan budaya termasuk pariwisata di tutup, dikarenakan semua interaksi dan komunikasi harus dilakukan di Rumah saja.

Menjelaskan mengenai pandemi Covid-19 pada bidang olahraga khususnya pada sekolah atau training center pelatihan Taekwondo yang peneliti sebut Dojang ini, memberikan peran andil dalam situasi saat ini agar Dojang tersebut bisa produktif dan bisa bertahan untuk terus berjalan dimasa pandemi. Memfokuskan pada salah satu dari beberapa dojang Taekwondo di Jakarta, maka peneliti mengambil bentuk studi kasus yang akan mengelaborasi penjelasan lebih rinci pada sebuah pemanfaatan media pada komunikasi pemasaran di dojang CR Taekwondo academy Jakarta tentang program kelas virtual di masa pandemi Covid-19.

Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta ini yang memiliki program pengajaran sistem jarak jauh, yang biasa kita sebut sebagai program daring yaitu kelas virtual Taekwondo CR Taekwondo Academy Jakarta. Kemudian akan menjelaskan bagaimana sistem komunikasi pemasaran yang dijalankan sehingga pemanfaatan apa saja yang diberikan melalui pemanfaatan media digital pada sistem komunikasi pemasaran digital di Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

Dojang CR Taekwondo Academy adalah suatu pusat latihan ilmu beladiri Taekwondo di Jakarta. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan suatu inovasi pada program kelas Taekwondo virtual di Dojang CR Taekwondo academy. Konsep dari penelitian ini adalah adanya pemanfaatan media pada sebuah komunikasi pemasaran yang berfokus pada promotion mix atau bauran promosi yang meliputi dari "Advertising, Public Relations, Direct Marketing, dan sebagainya ". Melanjutkan setelah konsep maka adanya proses komunikasi pemasaran yang berbasis media digital dan media sosial pada implementasinya. Maka dari itu penelitian ini memiliki metode penelitian pada kualitatif dengan menggunakan paradigma studi kasus yang menceritakan fenomena Covid-19 pada program olahraga virtual Taekwondo di Dojang CR Taekwondo academy Jakarta.

*Keyword : Strategi Komunikasi Pemasaran, Promotion Mix, Strategi komunikasi pemasaran digital, media sosial, Sosial konstruksi pada tekonologi.*

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Sri Rukhby Andriyanti  
NIM : 55219120053  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate Komunikasi dan Marketing Komunikasi

Judul Karya Akhir/Tesis :PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PROGRAM  
OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELADIRI  
TAEKWONDO DI MASA PANDEMI COVID-19.

Jakarta, 21 April 2022

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dr. Emilia Bassar, M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul :PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELADIRI TAEKWONDO DI MASA PANDEMI COVID-19.

Nama : Sri Rukhby Andriyanti

NIM : 55219120053

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Komunikasi Dan Marketing Komunikasi

Tanggal : 21 April 2022

Jakarta, (21 April 2022)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si) (.....)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si) (.....)
3. Pembimbing :  
(Dr. Emilia Bassar, M.Si) (.....)



**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Sri Rukhby Andriyanti  
NIM : 55219120053  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate Komunikasi Dan Marketing Komunikasi  
Judul Karya Akhir/Tesis :PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELADIRI TAEKWONDO DI MASA PANDEMI COVID-19.

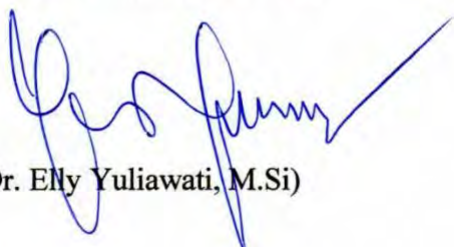
Jakarta, 21 April 2022

Dosen Pembimbing



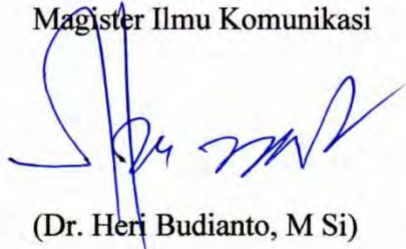
(Dr. Emilia Bassar, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : PEMANFAATAN MEDIA PADA KEGIATAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL  
ILMU BELADIRI TAEKWONDO DI MASA PANDEMI  
COVID-19.

Nama : Sri Rukhby Andriyanti

NIM : 55219120053

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Komunikasi Dan Marketing Komunikasi

Tanggal : 21 April 2022

Jakarta, (21 April 2022)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si) (.....)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si) (.....)
3. Pembimbing :  
(Dr. Emilia Bassar, M.Si) (.....)



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : *Pemanfaatan Media pada kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Program Olahraga Virtual Ilmu Beladiri Taekwondo Di Masa Pandemi Covid-19.*

Nama : Sri Rukhby Andriyanti

N I M : 55219120053

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Tanggal : 21 April 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



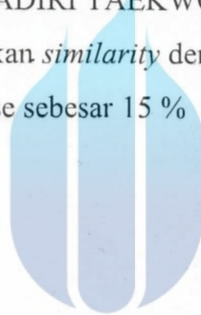
(Sri Rukhby Andriyanti)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Sri Rukhby Andriyanti  
NIM : 5519120053  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “ STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PROGRAM OLAHRAGA VIRTUAL ILMU BELADIRI TAEKWONDO PADA MASA PANDEMI COVID-19”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 April 2022 , didapatkan nilai persentase sebesar 15 %



Jakarta, 18 April 2022  
Administrator Turnitin  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Sukadi, SE., MM

## KATA PENGANTAR

Ucap syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kita kenikmatan yang luar biasa, baik nikmat iman dan nikmat sehat sehingga pada proses penelitian ini berjalan dengan lancar. Kemudian yang pertama kami sangat berterima kasih kepada keluarga, kerabat dan juga sahabat yang telah mendukung jalannya proses penelitian ini dari awal hingga akhir, kemudian pada kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur dan Terimakasih kepada Rektor Universitas Mercu Buana dan seluruh dosen magister ilmu komunikasi kemudian teman-teman mahasiswa magister ilmu komunikasi universitas Mercu Buana angkatan ke 36 kampus menteng, serta tak lupa pula kepada Ibunda dosen pembimbing Ibu Dr. Emilia Bassar, M.Si yang telah membimbing peneliti dari awal serta berkontribusi penuh dalam proses penelitian Tesis ini.

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana sebuah pemanfaatan Media pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran khususnya pada bidang olahraga disalah satu Dojang atau bisa disebut sebagai pusat latihan ilmu beladiri khas Korea selatan yaitu Taekwondo, membuat suatu program kelas virtual di masa pandemi Covid-19. Maka hal ini menjadi inti dari isi penelitian sejauh mana peran strategi komunikasi pemasaran berjalan dengan melibatkan struktur media sosial atau digital pada proses pemasarannya.

Penelitian ini diharapkan agar bermanfaat dikemudian hari, dan memberikan motivasi kepada seluruh peneliti tentang kajian komunikasi dan olahraga terutama pada program studi korporate komunikasi dan marketing komunikasi khususnya dimasa pandemi Covid-19.

Jakarta, April 2022

Peneliti



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Sri Rukhby Andriyanti

## DAFTAR ISI

ABSTRACT .....	I
ABSTRAK .....	II
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	III
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	IV
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	V
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	VI
PERNYATAAN.....	VII
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTARTABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR .....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4.1 Maksud Penelitian.....	3
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Penelitian Akademis.....	4
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis.....	4
BAB II.....	5
KERANGKA TEORI .....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.1.2 Tabel Review Penelitian Terdahulu. ....	21
2.2 Landasan Teori.....	35
2.3 Landasan Konseptual.....	36

2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	36
2.3.2 Pendekatan Komunikasi Melalui Media Digital.....	44
2.3.3 Digital Marketing Komunikasi.....	46
2.4 Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III.....	52
METODOLOGI	
PENELITIAN.....	52
3.1 Pendekatan Paradigma Penelitian .....	52
3.2 Objek	
Penelitian.....	53
3.3 Metode penelitian.....	
3.4 Informan Penelitian.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Wawancara.....	55
3.5.2 Analisis Dokumen.....	57
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	57
3.6.1 Data Premier.....	57
3.6.2 Data Sekunder.....	58
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV.....	61
HASIL PEMBAHASAN PENELITIAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Dojang Taekwondo CR Taekwondo Academy .....	61
4.1.2 Visi dan Misi Dojang CR Taekwondo Academy.....	63
4.1.3 Struktur Organisasi CR Taekwondo Academy.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.3 Pemanfaatan Media sebagai sarana promosi kelas virtual Taekwondo.....	74
4.3.1 Pemanfaatan media promosi kelas virtual melalui media Tiktok	
.....	75
4.3.2 Pemanfaatan media promosi kelas virtual melalui Youtube.....	76
4.3.3 Pemanfaatan Media Promosi kelas virtual taekwondo melalui Instagram	
.....	78
4.3.4 Pemanfaatan Media Prosmosi Kelas Virtual Taekwondo Melalui	
Whatsapp Status.....	80
4.3.5 Kegiatan Public Relations Di Dojang CR Taekwondo Academy.....	81



4.3.6 Kegiatan Direct Marketing Dan Personal Selling Serta Self Promotion Pada Kelas Virtual CR Taekwondo Academy.....	82
4.4 Pembahasan.....	84
4.4.1 Pembahasan Terkait Advertising.....	84
4.4.2 Advertising Cr Taekwondo Academy Pada Akun Tiktok.....	85
4.4.3 Advertising Di Akun Media Instagram.....	86
4.4.4 Advertising Melalui Youtube.....	86
4.4.5 Public Relations yang dilakukan oleh CR Taekwondo Academy.....	87
4.4.6 Kegiatan Direct Marketing Personal Selling .....	88
BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Review Penelitian Terdahulu .....	35
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka pemikiran tesis ini yang berjudul strategi komunikasi pemasaran pada program olahraga virtual ilmu beladiri Taekwondo dimasa pandemi Covid-19.....	49
Gambar 4.1 Struktur organisasi Dojang CR Taekwondo academy Jakarta.....	64
Gambar 4.2. Wawancara dengan Sabeumnim Danu Permadiaji Selaku ketua pelatih atau pembina CR Taekwondo Academy. Di Jakarta pada bulan Januari 2022.....	68
Gambar 4.3 Wawancara dengan Ibu Marcella Ayu, selaku Senior marketing dan Pemegang akun Media sosial Pada CR Taekwondo Academy, februari 2022.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar wawancara dengan narasumber orang tua Murid CR Taekwondo Jakarta.....	93
Lampiran 2 Gambar Hasil Wawancara dengan pelatih kepala dan pembina Dojang CR Taekwondo Academy, Sabeumnim Danu Permadiaji.....	94
Lampiran 3 Gambar Wawancara dengan marketing dan pemegang media sosial dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.....	94
Lampiran 4 Gambar Media Sosial Instagram Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.....	95
Lampiran 7 Gambar latihan virtual di dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.....	96
Lampiran 8 Lembar pertanyaan Orang Tua Siswa.....	97
Lampiran 9 Lembar pertanyaan Pelatih dan pengurus di Dojang Taekwondo.....	114

