



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE SUPORTER
SEPAKBOLA PERSIJA JAKARTA APPAREL JUARA DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Indra Yogista

44316120028

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Yogista
NIM : 44316120028
Program Studi : Marketing Komunikasi Pemasaran & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Strategi komunikasi Pemasaran Merchandise
Suporter Sepakbola Persija Jakarta Apparel Juara
Dalam Meningkatkan Penjualan
Pembimbing : Suman Jaya S.Sos M.Ikom

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 27 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



Indra Yogista
Indra Yogista

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Indra Yogista
NIM : 44316120028
Program Studi : Marketing Komunikasi Pemasaran & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Strategi komunikasi Pemasaran Merchandise Suporter Sepakbola Persija Jakarta Apparel Juara Dalam Meningkatkan Penjualan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi. Ilmu Komunikasi., Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Suman Jaya, S.Sos M. Ikom
NIDN : 0329018104 ()

Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed
NIDN : 0316088201 ()

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M. Ikom
NIDN : 0316129201 ()

Jakarta, 27 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya, penulis akhirnya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE SUPORTER SEPAKBOLA PERSIJA JAKARTA APPAREL JUARA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN. Tujuan proposal ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan mendapatkan gelar Sarjana Strata 1(S1) Ilmu komunikasi dari Universitas Mercu Buana Jakarta.

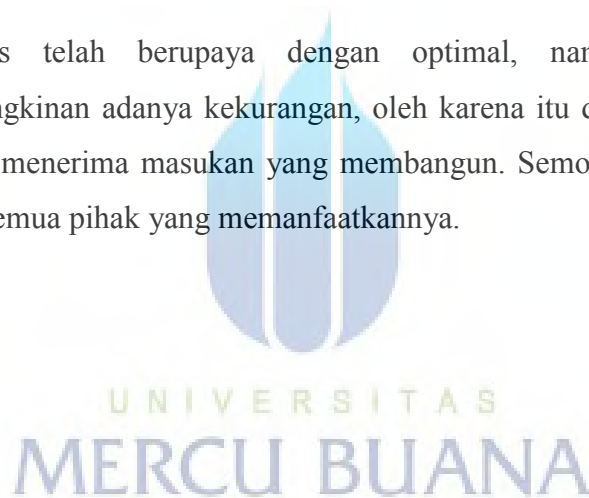
Selama proses penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, Sehingga dapat memperlancar pembuatan proposal ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bimbingan, dorongan, serta semangat dari berbagai pihak. Pertama-tama penulis ingin menyampaikan terimakasih Kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang mana lebih memberikan rezeki, kesempatan dan ridho-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah dengan baik. Serta kedua orang tua, Ayahanda Ahmad Bahrun dan Ibunda Hariati atas doa, restu, motivasi dan semangat yang tiada henti diberikan kepada penulis. Selain itu penulis juga ingin berterimakasih kepada :

1. Bapak Suman Jaya S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan sehingga penelitian yang saya lakukan bisa berjalan lancar. Serta kesabaran yang luar biasa menunggu dan memberikan saya semangat untuk terus bisa menyelesaikan penelitian. Terimakasih untuk waktu dan ilmunya.
2. Karyawan Apparel Juara, Bapak Diki Hartanto selaku Sales Manager dan Ibu Novi selaku Kepala Toko yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini. Terimakasih telah meluangkan waktu dan memberikan masukan dalam sesi wawancara.
3. Keluarga saya, Bapak Ahmad Bahrun dan Ibu Haryati yang senantiasa mendoakan saya, kakak saya Indri Novianti yang telah memberikan saya motivasi, adik saya Irfan Maulana yang telah memberikan

semangat dan keponakan saya Mauran Alizia Putri yang telah memberikan hiburan kepada saya dikala sedang mengerjakan penulisan ini. Dan keluarga saya lain nya terimakasih untuk dukungannya.

4. Teman-teman Marcomm angkatan 2017 yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terimakasih sudah menjadi teman yang baik dan menyenangkan selama kuliah.
5. Teman-teman Bopak Family dan Last Camp Family yang selalu membantu dan mendukung saya dalam segala hal.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis telah berupaya dengan optimal, namun tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan, oleh karena itu dengan tangan terbuka untuk menerima masukan yang membangun. Semoga tulisan ini berguna bagi semua pihak yang memanfaatkannya.



Jakarta, 20 Februari 2023

Indra Yogista

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Yogista
NIM : 44316120028
Program Studi : Marketing Komunikasi Pemasaran & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Strategi komunikasi Pemasaran Merchandise Suporter Sepakbola Persija Jakarta Apparel Juara Dalam Meningkatkan Penjualan
Pembimbing : Suman Jaya S.Sos M.Ikom

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Februari 2023
Yang menyatakan,



Indra Yogista

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR ISTILAH | xii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II | 7 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Kajian <i>Teoritis</i> | 11 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran | 11 |
| 2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran | 12 |
| 2.2.3 Promosi Penjualan | 14 |
| 2.2.4 Tujuan Promosi | 15 |
| 2.2.5 Bauran Pemasaran | 16 |
| 2.2.6 <i>Merchandise</i> | 20 |
| BAB III | 25 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 25 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 26 |
| 3.3 Subyek Penelitian..... | 27 |
| 3.4 Teknik pengumpulan data..... | 27 |
| 3.4.1 Data Primer..... | 28 |
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 28 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 28 |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 31 |
| BAB IV..... | 33 |
| HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN..... | 33 |
| 4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian..... | 33 |
| 4.1.1 Profil Pemilik Perusahaan..... | 33 |
| 4.1.2 Visi Misi Perusahaan..... | 33 |
| 4.1.3 Logo Brand..... | 34 |
| 4.1.4 <i>Merchandise Apparel Juara</i> | 35 |
| 4.1.5 Sosial Media..... | 45 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 47 |
| 4.2.1 Identifikasi Strategi Komunikasi Pemasaran “Apparel Juara”..... | 47 |
| 4.2.2 Bauran Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Apparel Juara</i> | 50 |
| 4.2.3 Pemasaran Daring <i>Apparel Juara</i> | 59 |
| 4.3 Pembahasan..... | 66 |
| BAB V..... | 72 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 72 |
| 5.2 Saran..... | 73 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 73 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 74 |
| LAMPIRAN..... | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Fans Persija Jakarta The Jakmania..... | 2 |
| Gambar 1. 2 Store “Apparel Juara” Di Plaza Festival | 4 |
| Gambar 2. 1 Merchandise Tas “Apparel Juara” | 20 |
| Gambar 2. 2 Merchandise Maker “Apparel Juara” | 21 |
| Gambar 2. 3 Merchandise Syall “Apparel Juara” | 23 |
| Gambar 2. 4 Merchandise Tumbler “Apparel Juara” | 24 |
| Gambar 4. 1 Logo Brand “Apparel Juara” | 34 |
| Gambar 4. 2 Maskot “Apparel Juara” | 35 |
| Gambar 4. 3 Jam Tangan Kolaborasi Dengan Digitec | 35 |
| Gambar 4. 4 Boneka Maskot “Apparel Juara” | 36 |
| Gambar 4. 5 Konten Interaksi Promosi dengan <i>followers</i> | 37 |
| Gambar 4. 6 <i>Give Away</i> Persija <i>T-Shirt Compotition</i> | 38 |
| Gambar 4. 7 Sepatu “Apparel Juara” | 39 |
| Gambar 4. 8 Sandal “Apparel Juara” | 41 |
| Gambar 4. 9 Gantungan Kunci “Apparel Juara” | 42 |
| Gambar 4. 10 Sandal Kolaborasi Dengan Swallow | 43 |
| Gambar 4. 11 Persija Jakarta Juara Piala Menpora..... | 45 |
| Gambar 4. 12 Akun Instagram Apparel Juara | 46 |
| Gambar 4. 13 Akun Tiktok “Apparel Juara” | 46 |
| Gambar 4. 14 Akun Facebook “Apparel Juara” | 47 |
| Gambar 4. 15 Promosi “Apparel Juara” | 54 |
| Gambar 4. 16 Promo 12.12 “Apparel Juara” | 54 |
| Gambar 4. 17 Promo SABI “Apparel Juara” | 55 |
| Gambar 4. 18 Sertifikat Keaslian “Apparel Juara” | 56 |
| Gambar 4. 19 <i>Public Relation</i> “Apparel Juara” | 58 |
| Gambar 4. 20 Konten <i>Give Away</i> “Apparel Juara” Di Instagram..... | 60 |
| Gambar 4. 21 Promosi Pemain Persija Jakarta | 61 |
| Gambar 4. 22 Konten “Apparel Juara” Di Instagram | 62 |
| Gambar 4. 23 <i>Webstore</i> “Apparel Juara” | 64 |

DAFTAR ISTILAH

| ISTILAH | ARTI |
|-------------------------|---|
| Main Produk | Produk yang paling banyak terjual |
| Marketplace | Toko pembelian secara online di dalam aplikasi. |
| Replika | Barang yang tidak asli. |
| Ready stok | Barang yang sudah tersedia di toko. |
| Fans | Orang yang mengidolakan sesuatu. |
| Webstore | Toko yang disediakan melalui alamat di suatu website. |
| Outlet | Toko yang tersedia disuatu alamat tertentu. |
| Stand | Toko yang dibuka secara sementara disuatu acara tertentu. |
| Live | Siaran secara langsung. |
| Agenda | Kegiatan yang dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. |
| Skuad | Kumpulan orang dalam suatu organisasi. |
| Korwil | Kordinator wilayah tertentu. |
| Followers | Pengikut atau orang yang mengikuti. |
| Brand Ambassador | Seseorang yang dikontrak perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa. |
| Feed | Halaman profil pertama untuk membagikan foto dan video. |
| Benefit | Manfaat atau keuntungan. |