

ABSTRAK

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

The Jakmania merupakan basis suporter Persija Jakarta yang mempunyai 80.000 jumlah anggota aktif yang terdaftar. Hal ini dimanfaatkan oleh “Apparel Juara” untuk menjual berbagai *merchandise* klub Persija Jakarta yang mempunyai basis suporter terbesar di Indonesia.

Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran “Apparel Juara” dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dan Paradigma *Post-positive* serta melakukan wawancara mendalam kepada *key informan Sales Manager* “Apparel Juara” sebagai orang yang merencanakan strategi komunikasi pemasaran dan Kepala Toko “Apparel Juara” sebagai orang yang menjalankan strategi komunikasi pemasaran dan juga salah satu konsumen orang yang membeli produk dari “Apparel Juara” yang menjadi informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa “Apparel Juara” dalam upaya meningkatkan penjualan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*, hal tersebut terbukti dengan “Apparel Juara” membuka *store* sejak awal mendirikan perusahaan dan secara konsisten melakukan promosi di media sosial.

Kata kunci: *Apparel Juara, Persija, merchandise.*

ABSTRACT

Name : Indra Yogista
NIM : 44316120028
Study Program : Marketing Communication & Advertising
Title Internship Report : Marketing Communication Strategy For Persija Jakarta
Football Supporters Merchandise Apparel Juara in
Increasing Sales.
Counsellor : Sumanjaya S.Sos M.Ikom

The Jakmania is Persija Jakarta's supporter base which has 80,000 registered active members. "Apparel Juara" uses this to sell various Persija Jakarta club merchandise, which has the largest fan base in Indonesia.

Marketing communications are the means by which companies try to inform, persuade and remind consumers directly or indirectly about the products and brands they sell.

The purpose of this study was to determine the marketing communication activities of "Apparel Juara". This study uses a qualitative-descriptive method and a Post-positive paradigm and conducts in-depth interviews with key informants Sales Manager "Apparel Juara" as the person who plans the marketing communication strategy and the Head of Store "Apparel Juara" as the person who carries out the marketing communication strategy and is also one of the consumers who bought products from "Apparel Juara" who became an informant.

The result of study show that "Apparel Juara" in an effort to increase sales uses a marketing mix. This is proven by "Apparel Juara" opening a store since the beginning of establishing the company and consistently promoting on social media.

Keyword: Apparel Juara, Persija, merchandise.