

**PERAN *SPONSORSHIP* SEBAGAI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* BRODO  
*FOOTWEAR* PADA ASIAN GAMES 2018 UNTUK MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,  
Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**JULIET GEORGIANA MARLYN**

**1151003003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar**

**Nama** : Juliet Georgiana Marlyn

**NIM** : 1151003003

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 6 Februari 2020

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Juliet Georgiana Marlyn

NIM : 1151003003

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Peran *Sponsorship* Sebagai *Marketing Public Relations* Brodo Footwear  
Pada Asian Games 2018 Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**


Pembimbing 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

(  )

Penguji 1 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si

(  )

Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 21 Februari 2020

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juliet Georgiana Marlyn  
NIM : 1151003003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Peran *Sponsorship* Sebagai *Marketing Public Relations* Brodo *Footwear* Pada Asian Games 2018 Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 21 Februari 2020

Yang menyatakan,



Juliet Georgiana Marlyn

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kebaikan, kemurahan, dan anugerahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Peran *Sponsorship* Sebagai *Marketing Public Relations* Brodo *Footwear* Pada Asian Games 2018 Untuk Membangun *Brand Awareness*” ini dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyelesaikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, peneliti membutuhkan waktu sekitar delapan bulan yang peneliti manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang telah dibutuhkan. Melakukan studi pustaka yang diangkat sesuai topik yang telah ditentukan dalam penelitian ini, melengkapi formulir yang dibutuhkan serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir.

Pengalaman dan pengerjaan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung peneliti. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan terima kasih peneliti ucapkan kepada:

### 1. Keluarga

Terima kasih kepada mama, opung bo, opi, kidy, oland, dan ojer atas segala dukungan materi dan dukungan doa selama masa perkuliahan, mulai dari menjadi mahasiswa baru hingga sampai dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

### 2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos.,MMediaPrac

Terima kasih telah bersedia menjadi dosen pembimbing akademik, dosen pembimbing magang, hingga menjadi dosen pembimbing Tugas Akhir. Terima kasih kepada Ibu Mirana yang selalu sabar, objektif, teliti serta banyak membantu peneliti menyelesaikan tugas-tugas perkuliahan hingga Tugas Akhir.

### 3. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih telah menjadi dosen yang selalu sedia mendengarkan keluhan kesah peneliti mulai dari semester 1 hingga semester 3, bahkan semester lainnya hingga akhirnya Miss Dian

menjadi penguji pada saat seminar proposal. Terima kasih untuk selalu mendengar dan mencoba mengerti kondisi mahasiswanya.

#### 4. Usher Tiberias Sarbini

Terima kasih untuk semua doa-nya di setiap hari minggu agar skripsi ini cepat selesai. Terima kasih sudah mempercayai Juliet jadi bagian dari kalian. Terima kasih untuk kebersamaan dan cerita-cerita yang saling menguatkan dan setiap tawa yang selalu meghibur di setiap hari minggu.

#### 5. Haziel Elnathan Pantouw

Terima kasih sudah menjadi sosok yang sangat supportif dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih untuk setiap doa, semangat, tenaga, dan waktu yang diberikan untuk membantu penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi sosok yang dapat meyakinkan diri untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan segera.

#### 6. Teman Dekat Selama Kuliah

Terima kasih kepada Adinda Kurnia, Ade Faridha, Paranita Lilin, Indira Mutia Ulfa, Glinka Lazini, Larasati Rachel, Fakhri Attamimi, Rufaidah Umay, Bella Putri yang selalu menjadi teman yang siap sedia mendengarkan keluh kesah peneliti dalam menjalani perkuliahan hingga menyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah mewarnai empat tahun di Universitas Bakrie.

#### 7. Seluruh PR 2015

Terima kasih telah menjadi bagian dari peneliti sekitar kurang lebih tiga tahun. Membuat kegiatan bersama, bersusah senang serta begadang demi mengerjakan tugas. Terima kasih untuk selalu jadi alasan rajin masuk kelas.

#### 8. Bapak Hifni Alifahmi

Terima kasih kepada dosen terbaik, yaitu Pak Hifni yang sudah menjadi dosen yang sangat sabar dalam membimbing di setiap mata kuliah yang diajar, suah menjadi dosen yang sangat infromatf dan solutif tanpa pernah mengeluarkan kata-kata yang tidak enak didengar. Terima kasih sudah bersedia menjadi triangulator dalam Tugas Akhir ini.

#### 9. Ibu Ined

Terima kasih kepada narasumber yang sangat baik dan bersedia dimintai keterangan kapanpun peneliti membutuhkannya. Terima kasih sudah sangat solutif dan menjadi lawan bicara yang sangat asik dan berbagi pengetahuan tentang dunia *event organizer*.

#### 10. Mas Adji Kusumah Putra

Terima kasih sudah menjadi narasumber yang sangat ramah ketika peneliti meminta keterangan terkait *sponsorship* Brodo pada Asian Games. Terima kasih untuk tidak marah ketika jadwal wawancaranya ditunda dan diganti hari lain.

#### 11. Komunal 2015

Terima kasih untuk setiap orang yang menjadi bagian dari Komunal 2015, yang sudah mewarnai perkuliahan selama empat tahun. Terima kasih sudah membagi ilmu, pengalaman, canda, tawa dan momen makrab yang sungguh berharga.

**PERAN SPONSORSHIP SEBAGAI MARKETING PUBLIC RELATIONS  
BRODO FOOTWEAR PADA ASIAN GAMES 2018 UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Juliet Georgiana Marlyn

---

**ABSTRAK**

Salah satu tujuan dari kegiatan *marketing public relations*, adalah untuk meningkatkan *brand awareness*. Pada *brand awareness*, terdapat beberapa tingkatan yang harus dilewati oleh sebuah *brand*. Untuk mencapai setiap tingkatan *brand awareness* terdapat beberapa kegiatan *marketing public relations* yang dapat dilakukan dan salah satunya *sponsorship*. Hal tersebut yang dilakukan oleh Brodo pada *sponsorship* Asian Games 2018. Sebelum Asian Games 2018, Brodo sudah melakukan kegiatan *marketing public relations* yang membuat Brodo sudah mencapai tahap *brand recognition*. Dengan menjadi *sponsorship official licensing* pada Asian Games 2018, Brodo berharap hal tersebut dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen dan dapat meningkatkan *brand awareness* melalui *exposure* yang didapatkan melalui media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan *head partnership* Brodo, *staff revenue* INASGOC, dan juga melalui penelusuran terhadap akun instagram dan *website*. Data sekunder diperoleh menggunakan media *online*, artikel *online*, dan juga jurnal. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kegiatan *sponsorship* sebagai *marketing public relations* Brodo pada Asian Games 2018 merupakan langkah yang kurang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* Brodo. Keterlibatan Brodo dalam *sponsorship* Asian Games akan lebih maksimal dalam meningkatkan *brand awareness* apabila Brodo lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kategori sponsor dan keuntungan yang didapatkan.

Kata kunci: *Sponsorship, marketing public relations, brand awareness, Brodo, Asian Games*



**THE ROLE OF BRODO FOOTWEAR SPONSORSHIP AS MARKETING PUBLIC RELATIONS IN ASIAN GAMES 2018 TO INCREASE BRAND AWARENESS**

Juliet Georgiana Marlyn

---

**ABSTRACT**

*One of the objectives of marketing public relations activity is to increase brand awareness. In brand awareness, there are some phases that has to be through by a brand. To achieve every phase of brand awareness there are some marketing public relations activities and sponsorship is one of them. That activity is done by Brodo in Asian Games 2018. Before Asian Games 2018, Brodo has done marketing public relations activity that made Brodo in brand recognition phase. By being sponsorship official licensing in Asian Games 2018, Brodo hopes that it can reach more prospective buyers and will raise awareness through brand exposure obtained through the media. This research in a qualitative study by approach case study. The data to research is the primary data obtained through interviews with Head partnership of Brodo, Revenue staff of INASGOC, and also through the assessment of instagram account and website. Secondary data obtained using online media, online articles and also journals. The result of this research stated that the sponsorship as Brodo marketing public relations in asian games 2018 is an uneffective step to increase brand awareness. Brodo involvement in Asian Games 2018 sponsorship will be more maximal in improving brand awareness if Brodo pay more attention about the sponsorship category and its benefit.*

*Keywords: Sponsorship, marketing public relations, brand awareness, Brodo, Asian Games*

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.1 <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.1.1 <i>Marketing Public Relations</i>.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2 <i>Sponsorship</i>.....</b>	<b>34</b>
<b>2.2.3 <i>Brand Awareness</i> .....</b>	<b>37</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>

3.1. Metode Penelitian.....	41
3.2. Objek Penelitian .....	42
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5. Teknik Analisis Data .....	48
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	49
3.7. Batasan dan Keterbatasan Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	52
4.1.1. Profil Brodo <i>Footwear</i> .....	52
4.1.2. Profil Informan.....	55
4.1.3. Subjek Triangulator .....	56
4.1.3. Subjek Triangulator .....	56
4.2. Hasil Penelitian.....	57
4.2.1. <i>Sponsorship</i> Dalam Asian Games 2018.....	58
4.2.2. Kategori <i>Official Licensing</i> Asian Games 2018 .....	62
4.2.3. Brodo Sebagai Sponsor <i>Official Licensing</i> Asian Games 2018.....	64
4.2.3.1. Dimensi <i>Event Image</i> Untuk Brodo .....	68
4.2.3.2. Dimensi <i>Event Sponsor-Fit</i> Untuk Brodo .....	69
4.2.3.2. Dimensi <i>Event Commercialization</i> Untuk Brodo.....	70
4.2.4. Brand Awareness Brodo melalui <i>Official Licensing</i> AG 2018 .....	71
4.2.4.1. <i>Brand Recognition</i> .....	75
4.2.5. Upaya untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> Brodo .....	75
4.3 Pembahasan .....	80
4.3.1. Proses Brodo Menjadi <i>Official Licensing</i> Asian Games 2018 .....	80
4.3.2. <i>Feedback Sponsorship</i> Untuk Brodo Dalam Asian Games 2018 .....	81
4.3.3. <i>Event Image Sponsorship</i> Brodo Dalam Asian Games 2018 .....	83

4.3.4. <i>Event Event Sponsor-fit Brodo Dalam Asian Games 2018</i> .....	85
4.3.5. <i>Brand Recognition Brodo Melalui Official Licensing Asian Games 2018</i>	87
4.3.6. <i>Bentuk Penerapan Strategi Marketing Public Relations Brodo</i> .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>97</b>
5.1. <b>Kesimpulan</b> .....	<b>97</b>
5.2. <b>Saran</b> .....	<b>98</b>
5.2.1. <b>Saran Teoritis</b> .....	<b>98</b>
5.2.2. <b>Saran Praktis</b> .....	<b>98</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>100</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Brodo dalam <i>Press Conference</i> Asian Games 2018</b> .....	3
<b>Gambar 1.2 Akun Instagram Brodo <i>Footwear</i></b> .....	5
<b>Gambar 1.3 Contoh Respon salah satu <i>followers</i> IG Akun Brodo</b> .....	5
<b>Gambar 1.4 Tampilan Situs Amble <i>Footwear</i></b> .....	7
<b>Gambar 1.5 Tampilan <i>Website Amble Footwear</i></b> .....	8
<b>Gambar 2.1 Piramida Brand <i>Awareness</i></b> .....	38
<b>Gambar 4.1 Logo Brodo <i>Footwear</i></b> .....	52
<b>Gambar 4.2 Tampilan <i>Website Brodo</i></b> .....	53
<b>Gambar 4.3 Tampilan <i>Size Guide Brodo</i></b> .....	54
<b>Gambar 4.4 Sepatu Brodo Edisi Spesial Asian Games 2018</b> .....	55
<b>Gambar 4.5 Peneliti Bersama Informan Utama (Tengah)</b> .....	55
<b>Gambar 4.6 Peneliti bersama Ibu Ined (staff revenue INASGOC)</b> .....	56
<b>Gambar 4.7 Bapak Hifni Alifahmi</b> .....	57
<b>Gambar 4.8 Ucapan Terima Kasih Kepada Kategori Empat Teratas</b> .....	61
<b>Gambar 4.9 Pemberitaan Brodo di Media Online</b> .....	63
<b>Gambar 4.10 Himbauan Untuk Mendukung Produk Lokal</b> .....	71
<b>Gambar 4.11 Respon-respon Konsumen Dalam Kolom Komentar IG Brodo</b> ....	76
<b>Gambar 4.12 Kolaborasi Chicco Jerikho dengan Brodo</b> .....	79
<b>Gambar 4.13 Produk Kolaborasi Brodo Dengan Gundala dan Star Wars</b> .....	80
<b>Gambar 4.14 Momen-momen Pembukaan Asian Games 2018</b> .....	84
<b>Gambar 4.15 Sol Sepatu Brodo Edisi Asian Games</b> .....	85
<b>Gambar 4.16 Erick Tohir dan Panitia yang Menggunakan Brand 361</b> .....	86
<b>Gambar 4.17 Respon Followers Terhadap Keterlibatan Brodo di Asian Games 2018</b> .....	89
<b>Gambar 4.18 Contoh Iklan Instagram Brodo</b> .....	91
<b>Gambar 4.19 Contoh Promosi Brodo</b> .....	92
<b>Gambar 4.20 Series #epicmoment Ramadhan Brodo</b> .....	93
<b>Gambar 4.21 Acara Riding Brodo Bersama Joko Widodo</b> .....	94

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>45</b>

**DAFTAR BAGAN**

**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....40**