

**LOYALITAS MEREK KLUB SEPAK BOLA PERSIJA
JAKARTA DI KALANGAN THE JAKMANIA GARIS KERAS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



MUHAMAD RAFLIE

1161003202

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Muhamad Rafli

NIM : 1161003202

Tanda Tangan : 

Tanggal : 07 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Rafлие

NIM : 1161003202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

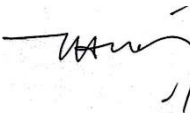
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Loyalitas Merek Klub Sepak Bola Persija Jakarta Di Kalangan The Jakmania Garis Keras

Telah berhasil dipertahankan 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

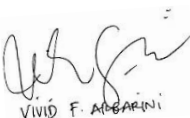
Dewan Penguji

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

()

18 September 2020

Penguji 1 : Dr. Vivid F. Argarini, B.Arts.

()

Penguji 2 : Ngurah Rangga Wisesa, M.Si.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 September 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang telah memberikan banyak nikmat dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.

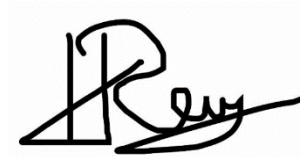
Tugas akhir ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena-Nya, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih antara lain kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
2. Papa dan Mami selaku kedua orang tua penulis dan keluarga penulis Kak Chicha, Kak Erik, Alya, Zayn, dan Thasya yang selalu memberi *support* kepada penulis baik dari segi materil maupun non-materil.
3. Ibu Dra.Suharyanti, M.SM. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan tugas akhir ini.
4. The Jakmania Garis Keras khususnya Abi Irlan, Bang Awil, Bang Alvin dan Om Sami dari The Jak Kemayoran.
5. Zaskya Israr yang selalu menemani, menghibur, dan memberi dukungan selama proses penulisan tugas akhir ini.
6. Teman-teman dekat selama penulis menjalani perkuliahan 4 tahun terakhir yang selalu memberikan *support* penulis dalam menjalani perkuliahan.
7. Benjamin Yusuf Zakaria sebagai teman yang selalu memotivasi penulis agar cepat menyelesaikan tugas akhir ini untuk segera melaksanakan sidang.
8. Teman-teman Komunal 2016 yang saling *support* satu sama lain demi kelancaran tugas akhir ini.

Penyusunan tugas akhir ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan di dalam penyusunan tugas akhir ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Jakarta, 17 September 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rafhie', with a stylized, cursive script.

Muhamad Rafhie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhamad Rafлие
NIM : 1161003202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-eclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

LOYALITAS MEREK KLUB SEPAK BOLA PERSIJA JAKARTA DI KALANGAN THE JAKMANIA GARIS KERAS

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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 atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 September 2020

Yang menyatakan



Muhamad Rafлие

LOYALITAS MEREK KLUB SEPAK BOLA PERSIJA JAKARTA DI KALANGAN THE JAKMANIA GARIS KERAS

Muhamad Rafli

ABSTRAK

Suporter merupakan komponen penting dalam aktivitas olahraga. Di Indonesia terdapat suporter bernama The Jakmania. Suporter tersebut masuk ke dalam sepuluh besar supporter terbesar di Indonesia dan kerap memecahkan rekor jumlah penonton di Indonesia maupun di Asia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Loyalitas Merek Klub Sepak Bola Persija Jakarta Di Kalangan The Jakmania Garis Keras. Objek penelitian ini merupakan The Jakmania Garis Keras yang memiliki loyalitas terhadap merek klub sepak bola Persija Jakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara mendalam, metode dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa The Jakmania Garis Keras mencapai tahap *brand loyalty* tertinggi yaitu tingkatan komitmen dalam piramida loyalitas merek. The Jakmania Garis Keras juga telah sampai pada *action loyalty* dengan merekomendasikan Persija Jakarta terhadap pihak lain. Kesimpulan dari penelitian ini The Jakmania Garis Keras telah sampai pada tahap komitmen kepada Persija Jakarta dan penulis menemukan bahwa The Jakmania Garis Keras telah menganut *brand evangelist* terhadap Persija Jakarta.

Kata kunci : Loyalitas Merek, Komunitas Merek, Persija Jakarta, The Jakmania, The Jakmania Garis Keras, Sepak Bola, Penginjal Merek

**LOYALITAS MEREK KLUB SEPAK BOLA PERSIJA
JAKARTA DI KALANGAN THE JAKMANIA GARIS KERAS**

Muhamad Rafli

ABSTRACT

Supporters are an important company in sports activities. In Indonesia there is a supporter named The Jakmania. The supporters made it into the top ten largest supporters in Indonesia and often broke the record number of spectators in Indonesia and in Asia. The purpose of this research is to explore how the Brand Loyalty of Persija Jakarta Football Club Among The Jakmania Garis Keras. The object of this research is The Jakmania Garis Keras which has loyalty to the brand of Persija Jakarta football club. In this study used qualitative methods with phenomenological study approaches. Data collection techniques in this research through in-depth interviews, documentation methods and library studies. The results of this study point out that The Hardline Jakmania achieves the highest level of brand loyalty which is the level of commitment in the brand loyalty pyramid. The Jakmania Garis Keras has also come to the loyalty of the action by hosting Persija Jakarta against other parties. The conclusion of this study The Hardline Jakmania reached the stage of commitment to Persija Jakarta and the authors found that The Jakmania Garis Keras has embraced brand evangelists against Persija Jakarta.

Keywords: Brand Loyalty, Brand Community, Persija Jakarta, The Jakmania, The Jakmania Hard Line, Football, Brand evangelist

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
.....	vii
ABSTRAK.....	vii
.....	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 <i>Brand Community</i>	17
2.2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.2.4 <i>Brand Loyalty</i>	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
METODELOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	31
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	34
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	36
3.7 Keterbatasan Penelitian	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Komunitas Suporter The Jakmania Garis Keras.....	39
4.2 Subjek Penelitian	46
4.3 Hasil Penelitian	48
4.3.1 <i>Brand Community</i> The Jakmania Garis Keras.....	48
4.3.2 <i>Brand Loyalty</i> The Jakmania Garis Keras	57
4.4 Pembahasan.....	63
4.4.1 <i>Brand Community</i> The Jakmania Garis Keras.....	63
4.4.2 <i>Brand Loyalty</i> The Jakmania Garis Keras	79
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Teoritis.....	92
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bauran Komunikasi Pemasaran	17
Gambar 2. 2 Piramida Loyalitas.....	27
Gambar 4. 1 Akun Resmi Instagram The Jakmania Garis Keras.....	41
Gambar 4. 2 Akun Resmi Youtube The Jakmania Garis Keras.....	42
Gambar 4. 3 Logo The Jakmania Garis Keras	43
Gambar 4. 4 Garis Keras Camp 2018 Angkatan IV.....	66
Gambar 4. 5 Salah Satu Ritual dan Tradisi The Jakmania Garis Keras.....	71
Gambar 4. 6 The Jakmania Garis Keras Ketika Tour Tandang	72
Gambar 4. 7 Poster Pengajian The Jakmania Garis Keras.....	75
Gambar 4. 8 Contoh Kritikan Dari The Jakmania Garis Keras	77
Gambar 4. 9 Piramida Loyalitas.....	84
Gambar 4. 10 Conceptual Framework	87
Gambar 4. 11 Ucapan Ulang Tahun Dari Pemain Persija Kepada The Jakmania Garis Keras.....	89
Gambar 4. 12 CEO Persija Jakarta Memberikan Sambutan	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya 13

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
Bagan 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	34
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi The Jakmania Garis Keras.....	46