

**PENGARUH *BRAND IMAGES* LIGA 1 INDONESIA DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BRAND LOYALTY FANS* SEPAKBOLA DI
JAKARTA**

Oleh:

Nama: **Juan Danica**

NIM: **63180054**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGES* LIGA 1 INDONESIA DI MEDIA SOSIAL TERHADAP *BRAND LOYALTY FANS* SEPAKBOLA DI JAKARTA

Di ajukan oleh :

Nama : Juan Danica

NIM : 63180054

Jakarta, 20 Juni 2022

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,

(Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2022



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Juan Danica / 63180054 / 2022 / Pengaruh *Brand Image* Liga 1 Indonesia di Media Sosial Terhadap *Brand Loyalty Fans* Sepakbola di Jakarta / Pembimbing: Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comms).

Seiring perkembangan jaman, liga sepakbola semakin berubah ke arah yang lebih modern. Liga sepakbola profesional dari yang awalnya hanya menyelenggarakan pertandingan sepakbola antar klub sekarang mulai menjadi sebuah merek dimana mereka terus berusaha mengembangkan merek milik mereka sendiri. Citra merek seakan menjadi hal yang penting untuk perusahaan atau merek karena bila ada citra yang kuat, maka merek akan semakin dikenal.

Liga sepakbola juga berusaha membangun citra dengan berbagai cara termasuk Liga 1 Indonesia sebagai kompetisi pertandingan sepakbola Indonesia. Membangun citra merek kedepannya akan menjadi hal yang penting bagi merek itu sendiri karena akan membangun loyalitas merek. Seiring waktu, membangun citra merek tidak hanya dilakukan oleh cara-cara biasa. Penggunaan media sosial juga bisa digunakan untuk membangun citra merek. Hal itu juga dilakukan oleh oleh banyak liga sepakbola di dunia termasuk Liga 1 Indonesia.

Pembangunan citra merek melalui media sosial bisa berguna untuk menarik *fans* sepakbola untuk lebih *loyal* mengikuti liga sepakbola Indonesia. Semakin banyak penggemar atau *fans*, maka semakin mudah pula Liga 1 Indonesia memperluas *brand*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh *brand image* Liga 1 Indonesia di media sosial terhadap *brand loyalty fans* sepakbola di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan teori *brand image* atau citra merek sebagai dasar analisis penelitian. Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi kekuatan merek, kesukaan merek, dan keunikan merek terhadap loyalitas merek. Ketiga dimensi itu merupakan fondasi utama dalam membangun sebuah citra merek. Citra merek yang kuat akan menjadikan merek tersebut memiliki identitas yang sulit dilupakan karena adanya citra merek yang kuat bisa membuat merek lebih dikenali.

Objek penelitian ini adalah aktivitas media sosial yang dilakukan oleh Liga 1 Indonesia. Metode penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode survei dengan menyebarkan kuisioner ke 100 responden yang tinggal di Jakarta. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan *purposive sampling*.

Hasil Penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai residu terdistribusi secara normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas data. Selain itu penelitian juga menunjukkan bahwa dimensi kekuatan merek dan kesukaan merek Liga 1 Indonesia memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek penggemar sepakbola. Namun, untuk keunikan merek Liga 1 Indonesia ditunjukkan bahwa tidak ada pengaruh terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa citra merek dalam dimensi kekuatan dan kesukaan merek Liga 1 Indonesia di media sosial bisa berpengaruh terhadap loyalitas merek penggemar sepakbola di Indonesia, tetapi keunikan merek tidak ada pengaruh terhadap loyalitas merek penggemar sepakbola di Jakarta. Atas hasil tersebut, terdapat saran untuk mengembangkan lagi keunikan merek dari Liga 1 Indonesia untuk mendapatkan loyalitas dari penggemar.

Kata Kunci: Citra Merek, Loyalitas Merek, Liga 1 Indonesia, Media Sosial



ABSTRACT

Juan Danica / 63180054 / 2022 / *The Influence of the Brand Image of Liga 1 Indonesia on Social Media towards Brand Loyalty of Football Fans in Jakarta* / Advisor: Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comms).

As times goes by, football leagues are constantly changing into more modern direction. The professional football league who used to only focused to held football match between clubs is now starting to become a brand where they are constantly trying to develop their own brand. Brand image seems now more important for a company or brand because if they have a strong image, the brand will be more recognized.

The football leagues are also trying to build an image in various ways. Building a brand image in the future will be important for the brand itself because it will build brand loyalty. Over time, building a brand image is not only done by ordinary means. The use of social media can also be used to build brand image. This is also done by many football leagues in the world, including Liga 1 Indonesia.

Building a brand image through social media can be useful in attracting football fans to be more loyal to the Indonesian football league. If there's more fans, it will affect Liga 1 Indonesia to expand their brand. Therefore, this study was conducted to examine the effect of Liga 1 Indonesia's brand image on social media on brand loyalty of football fans in Jakarta.

This study uses the theory of brand image as the basis for research analysis. The dimensions used in this study are the dimensions of brand strength, brand favorability, and brand uniqueness on brand loyalty. These three dimensions are the main foundation in building a brand image. A strong brand image will make the brand have an identity that is difficult to forget because a strong brand image can make the brand more recognizable.

The object of this research is the social media activities carried out by Liga 1 Indonesia. The research method to be carried out is using quantitative research methods. This study uses data collection techniques with survey methods by distributing questionnaires to 100 respondents who live in Jakarta. The data collection technique is by using purposive sampling.

The results of this study can be seen that the residual value is normally distributed, there is no multicollinearity and heteroscedasticity of the data. In addition, the study also shows that the dimensions of brand strength and brand preference of Liga 1 Indonesia have an influence on brand loyalty of football fans. However, for the uniqueness of the Liga 1 Indonesia brand, it is shown that there is no effect on brand loyalty.

Based on this research, it can be concluded that brand image in the dimensions of strength and brand preference of Liga 1 Indonesia on social media can affect brand loyalty of football fans in Indonesia, but brand uniqueness has no effect on brand loyalty of football fans in Jakarta. As results, Liga 1 Indonesia need to expand and build more of their uniqueness to receive more loyalty from fans.

Keywords: Brand Image, Brand Loyalty, Liga 1 Indonesia, Social Media



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Image* Liga 1 Indonesia di Media Sosial terhadap *Brand Loyalty fans* sepakbola di Jakarta. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti sadar bahwa dalam pembuatan skripsi tidak akan bisa selesai tanpa bantuan Tuhan Yang Maha Esa, tanpa doa, serta bantuan dari pihak-pihak lain. Karena itu, peneliti sangat-sangat bersyukur karena bantuan banyak pihak itu yang dapat membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orangtua, adik, serta keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik moral maupun dukungan lain sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comms) selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan perhatian bersedia memberikan arahan, saran, dan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran, membagikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan informasi kepada penulis selama 3,5 tahun dalam perkuliahan.
4. Para sahabat terkasih peneliti Valencia Chu, Jonathan Phiong, Jonathan Ng, James Oktavianus, Claresta Tjahaja, Albert Adrian, Kelly Meliana, Vincent Hartanto, Philip Kwandynata, dan Elzalina Darmawi yang sudah mendukung dan menemani penulis dalam suka dan duka selama perkuliahan.



5. Para sahabat peneliti yang peneliti temui di bangku perkuliahan Matius Kevin, Triandi Budyanto, Dylan Hidayat, Jason Faleno, Albert Hayanto, Michael William, Dewi Wijaya, Talitha Seanna yang sudah banyak mendukung dari proses perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan bimbingan Michella Fedora, Evi Mulasari, Sherly Wijaya yang sudah banyak berbagi informasi dan bantuan serta saran dalam pengerjaan skripsi.
7. Teman-teman UKM KMK yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak pengalaman, berbagi suka dan duka bersama selama peneliti berkuliah.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 yang berjuang bersama-sama sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung.

Tentunya, peneliti sadar bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti bersedia menerima kritik dan saran yang dapat membangun dari pihak yang ada sehingga dapat membantu dan mengembangkan pengetahuan peneliti lebih jauh. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pembaca dan memberikan wawasan baru kepada para pembaca.

Jakarta, Februari 2022

Juan Danica

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.





F. Teknik Analisis Data Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... Error! Bookmark not defined.

A. Gambaran Umum..... Error! Bookmark not defined.

B. Analisis dan Pembahasan..... Error! Bookmark not defined.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan..... Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP Error! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan Error! Bookmark not defined.

B. Saran Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI (KKG) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ilustrasi Gambar Sistem 2 Poin..... Error! Bookmark not defined.

Tabel 1.2 Ilustrasi Gambar Sistem 3 poin..... Error! Bookmark not defined.

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu Error! Bookmark not defined.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

Tabel 3.2 Tabel Skala Likert Error! Bookmark not defined.

No table of figures entries found.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pencetus Ide Liga Inggris, William McGregor Error! Bookmark not defined.

Gambar 1.2 screenshot akun twitter bundesliga Jerman interaktif Sumber: Twitter
..... Error! Bookmark not defined.

Gambar 1.3 contoh screenshot akun twitter Liga 1 Indonesia Sumber : Twitter Error!
Bookmark not defined.

Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness Error! Bookmark not defined.

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.1 Akun Instagram Liga 1 Indonesia Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.2 Akun Twitter Liga 1 Indonesia Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.3 Akun Youtube Liga 1 Indonesia Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.4 Konten Youtube Liga 1 Indonesia Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 11.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 12.....	Error! Bookmark not defined.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.