

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1. Gambaran Umum Penelitian

Era komunikasi massa saat ini, media sosial instagram hampir digunakan oleh seluruh masyarakat, baik perorangan, merek usaha, bahkan lembaga pemerintahan, terlebih lagi klub-klub olahraga. Media sosial instagram dapat memuat berbagai informasi yang bisa dikonsumsi oleh khalayak luas. Dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh media sosial instagram, banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh penggunanya. Keuntungan tersebut didapatkan dalam branding hingga penjualan. Fitur media sosial instagram juga memfasilitasi komunikasi antara khalayak dengan pemilik akun dengan adanya fitur komentar dan direct message. Hal ini memungkinkan khalayak untuk berkomunikasi dengan pemilik akun mengenai unggahan yang dilakukan oleh pemilik akun.

Sepak bola menjadi salah satu diantara sekian banyak olahraga yang paling digandrungi oleh orang Indonesia. Sepak bola juga merupakan olahraga yang digemari oleh semua usia dan semua gender, baik orang dewasa maupun muda sama-sama menggemari olahraga sepakbola. Di Kota Semarang, Persatuan Sepak Bola Indonesia Semarang atau biasa disingkat PSIS Semarang adalah klub sepak bola profesional yang berbasis di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia dengan bermarkas di Stadion Jatidiri, Semarang. Julukan klub ini adalah Laskar Mahesa Jenar.

PSIS sebagai klub sepak bola kota Semarang pun memiliki akun instagram yang memuat unggahan seputar jadwal pertandingan, bursa pemain, event-event tertentu, dan lain-lain. Pada akun instagram ini pula lah dilakukan unggahan-unggahan yang memuat informasi-informasi terkait dengan adanya merchandise atau jersey yang berkaitan dengan PSIS Semarang. berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini akan difokuskan kepada bagaimana media sosial instagram digunakan oleh PSIS Semarang dalam melaksanakan *sports branding*.

2.2. PSIS Semarang

Persatuan Sepakbola Indonesia Semarang atau sering dikenal dengan sebutan PSIS Semarang merupakan klub sepakbola yang dinaungi oleh PT Mahesa Jenar Semarang. Persatuan Sepak Bola Indonesia Semarang atau biasa disingkat PSIS Semarang adalah klub sepak bola profesional yang berbasis di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia dengan bermarkas di Stadion Jatidiri, Semarang. Julukan klub ini adalah Laskar Mahesa Jenar. Sejarah tim sepak bola kota Semarang telah berlangsung sejak lama ketika kota ini masih berada di bawah kekuasaan pemerintah kolonial. Yang pertama tercatat adalah team sepak bola UNION yang berdiri tanggal 2 Juli 1911. UNION sendiri hanyalah sebutan bagi tim dengan nama Tionghoa Hoa Yoe Hwee Koan. Tim ini mendapatkan hak *rechspersoon* tahun 1917 dari pemerintah colonial yang selanjutnya menjadi PSIS Semarang.

2.3. Sports Branding

Penelitian ini menggambarkan aktivitas instagram PSIS Semarang kedalam konsep sports branding. Konseptual sport branding yang dinamis pada dasarnya adalah *a name, term, design, symbol, or any combination that a sports organization (or individual) uses to help differentiate its products from the competition* (Shank, 2009, p.26) Menurut Kotler & Keller (2015), branding adalah proses menanamkan persepsi yang baik pada benak konsumen dan calon konsumen terhadap suatu produk yang dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu dengan menyebarkan informasi masif melalui sosial media (Rein, Shields, & Grossman, 2015).

Pada penelitian ini, terdapat 10 aspek utama sports branding yang digunakan sebagai analisis dari aktivitas unggahan instagram PSIS Semarang, yaitu :

2.3.1. Brand Awareness

Brand Awareness atau Kesadaran Merek merujuk pada pengenalan konsumen terhadap sebuah merek, kesadaran konsumen terhadap sebuah merek dan bagaimana konsumen memiliki kesanggupan dalam mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk atau jasa tertentu yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Dalam konteks sepak bola, ini tentang membuat kesebelasan PSIS menjadi akrab dan mudah diingat, sehingga ketika orang berpikir tentang sepakbola, PSIS muncul dalam benak mereka.

2.3.2. Brand Image

Menurut Freddy Rangkuti (2009: 90), citra merek adalah pengenalan merek yang dikaitkan dengan asosiasi merek yang tertanam dalam ingatan konsumen. Alat pemasaran yang dapat digunakan untuk menciptakan citra merek meliputi produk itu sendiri, kemasan/label, nama merek, logo, warna yang digunakan, promosi, toko ritel, periklanan dan semua jenis promosi lainnya, harga, pemilik merek dan Negara asal, serta target pasar dan pengguna produk. Dalam konteks ini, brand image adalah bagaimana persepsi masyarakat luas terhadap klub PSIS Semarang.

2.3.3. Brand Engagement

Brand engagement atau keterlibatan merek adalah penggambaran dari adanya interaksi yang dilakukan antara sebuah merek terhadap khalayak luas. Interaksi inilah yang akan mengakibatkan adanya keterlibatan kedua pihak tersebut sehingga memperluas pengenalan merek. Keterlibatan merek sangat dekat dengan adanya kesadaran merek. Timbulnya keterlibatan merek adalah setelah adanya kesadaran merek yang tinggi sehingga menimbulkan adanya keterlibatan. Dalam konteks ini, keterlibatan yang dimaksud adalah bagaimana PSIS Semarang turut berinteraksi dan membuat khalayak PSIS merasa terlibat dalam aktivitas PSIS Semarang itu sendiri melalui media sosial instagram.

2.3.4. Brand Content Strategy

Brand content strategi merupakan strategi pengunggahan konten di media sosial suatu merek untuk mendapatkan hasil yang paling maksimal. Pada dasarnya, setiap

merek memiliki strategi tersendiri untuk memenuhi ekspektasi khalayak dan juga membentuk persepsi khalayak terhadap merek mereka. Dalam konteks ini, akan mengulas tentang bagaimana PSIS Semarang membuat strategi konten di media sosial instagram.

2.3.5. Fan Relationship

Membangun hubungan dengan fans adalah hal yang penting dalam membangun brand, baik perseorangan maupun sekumpulan atau klub. Membangun hubungan dengan fans pada jaman dahulu hanya dapat dilakukan dengan adanya acara fan meet, namun di era media baru, membangun hubungan dengan fans dapat dilakukan pula melalui sosial media. Di media sosial juga dapat dilakukan adanya interaksi dalam berbagai macam bentuk, seperti polling, rating, dan sebagainya. Dalam konteks ini, akan mendalami cara PSIS semarang dalam membangun hubungan dengan fans melalui instagram.

2.3.6. Brand Equity

Menurut Aaker (2014:8) menyatakan: “Aset Merek” adalah serangkaian aset dan kewajiban merek yang terkait dengan merek, nama, dan simbolnya yang meningkatkan atau menurunkan nilai suatu bisnis atau barang atau jasanya kepada pelanggannya. Dan Shimp (2012: 33) menyatakan: “Ekuitas merek adalah ekuitas merek yang menciptakan kesadaran merek yang tinggi dan asosiasi merek yang kuat, positif, dan mungkin unik yang menyebabkan konsumen mengingat suatu merek tertentu. Dalam konteks ini,

akan menganalisa cara PSIS Semarang dalam meningkatkan ekuitas merek dengan media sosial instagram.

2.3.7. Competitive Advantage

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Keunikan atau unique selling point adalah titik dimana sebuah merek memiliki kelebihan atau keunikan yang menjadi nilai tambah dibandingkan dengan produk sejenis. Dalam konteks ini, keunggulan bersaing bisa disajikan dengan instagram oleh PSIS Semarang sebagai nilai tambah.

2.3.8. Consistency

Konsistensi adalah hal yang sangat penting dalam sports branding melalui media sosial. Konsistensi jadwal dalam mengunggah konten, konsistensi dalam membangun hubungan dengan audiens, dan juga konsistensi dalam menggunakan fitur-fitur media sosial dengan sebaik-baiknya. Dalam konteks ini, akan menganalisa konsistensi instagram PSIS dalam membangun sports branding.

2.3.9. Story Telling

Story telling merupakan kemampuan sebuah konten dalam menyajikan sebuah cerita didalam konten tersebut. Kemampuan ini dapat menghasilkan engagement dan

juga hubungan yang baik antara pemilik akun dengan audiens. Kemampuan bercerita ini juga dapat memberikan dampak positif kepada audiens baru atau calon konsumen. Dalam konteks ini, akan dianalisis kemampuan bercerita dari konten-konten di instagram PSIS Semarang dalam membangun sports branding.

2.3.10. Innovation

Inovasi merupakan hal yang penting dalam meningkatkan engagement media sosial. Dalam media akan selalu ada tren-tren yang muncul sehingga mengharuskan pemilik akun untuk selalu melakukan inovasi dari konten-konten yang dimuat agar terus dapat mengikuti keinginan dan ekspektasi publik. Dalam konteks ini, akan dianalisis inovasi apa saja yang dilakukan oleh PSIS semarang dalam konten-kontennya di media sosial instagram.