Abstrak

Strategi The Original Viking Fanshop Melalui Promosi Bus The Original Viking Fans Mobile Store Dalam Meningkatkan Penjualan Merchandise Persib Bandung

Oleh:
Pradita Octavian
NIM: 41806021

Skripsi ini dibawah bimbingan,
Desayu Eka Surya. S.Sos, M.si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *The Original Viking Fanshop* melalui promosi *Bus Original Viking Fans Mobile Store* dalam meningkatkan penjualan *merchandise* Persib Bandung. Untuk menjawab strategi tersebut maka peneliti mengangkat sub fokus tujuan, rencana, kegiatan, pesan, dan media untuk mengukur fokus penelitian.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, metode penelitian adalah deskriptif (*descriptive reaserch*). Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi langsung kelapangan, studi literature, internet searching, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah enam orang yang mengetahui tentang adanya promosi *bus The Original Viking Fans Mobile Store* yang dilakukan oleh *The Original Viking Fanshop*. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* (teknik sampel bertujuan) dimana sampel diambil dengan melalui pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu menyusun pertanyaan wawancara sesuai dengan apa yang akan diteliti. Jawaban yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian dianalisis dan dibahas pada pembahasan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *The Original Viking Fanshop* memiliki tujuan yang sebelumnya telah direncakan melalui promosi *Bus The Original Viking Fans Mobile Store* dalam meningkatkan penjualan *merchandise* Persib Bandung. Dalam kegiatannya, *The Original Viking Fanshop* menghasilkan citra positif dari masyarakat untuk mereka. Pesan didalam promosi melalui *Bus The Original Viking Fans Mobile Store* memiliki gaya pesan yang formal dan memiliki 2 bentuk pesan yaitu persuasif dan informatif. Media yang digunakan pun efektif dalam promosi yang dilakukan oleh *The Original Viking Fanshop*.

Kesimpulan penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi yang dilakukan oleh *The Original Viking Fanshop* melalui promosi *Bus The Original Viking Fans Mobile Store* tidak terlepas dari tujuan, rencana, kegiatan, pesan, dan juga media yang dipakai atau digunakan untuk mencapai suatu tujuan akhir yaitu meningkatkan penjualan *merchandise* Persib Bandung.

Saran pada penelitian ini untuk *The Original Viking Fanshop* adalah lebih berinovasi terhadap barang yang diproduksinya. Artinya menciptakan hal-hal baru dalam memproduksi barang-barang yang akan dijual kepada konsumen sehingga dapat lebih memperkuat peningkatan dalam segi pendapatan.