

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.5.1 Diferensiasi Jenama dalam Praktik Kampanye Pemasaran Media Sosial	7
1.5.2 Penerapan Pola Dasar Jenama dan Strategi Penceritaan dalam Pemasaran.....	8
1.5.3 Praktik Kampanye Pemasaran Instagram pada Jenama Pakaian Olahraga.....	11
1.6 Kerangka Konsep	14
1.7 Metodologi Penelitian	22
1.7.1 Objek Penelitian	22
1.7.2 Paradigma Penelitian	24
1.7.3 Pendekatan Penelitian	25
1.7.4 Metode Penelitian	25
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data	27
1.7.6 Teknik Analisis Data	28
BAB II POLA DASAR (<i>ARCHETYPES</i>) DALAM PERSPEKTIF PENCERITAAN DAN PRAKTIK KAMPANYE PEMASARAN JENAMA.....	31
2.1 Pola Dasar dalam Perspektif Kampanye Pemasaran dan Periklanan Jenama	31
2.1.1 Personalitas Jenama (<i>Brand Personality</i>) dalam Perspektif Pemasaran Jenama ...	31
2.1.2 Pola Dasar dalam Perspektif Sistem Manajemen Makna	34



2.2 Ragam Pola Dasar dalam Kampanye Pemasaran dan Periklanan Jenama	36
2.3 Pola Dasar sebagai Praktik Pemasaran dan Penceritaan Visual Jenama	41
2.3.1 Penceritaan sebagai Praktik Kampanye Pemasaran dan Periklanan Jenama	41
2.3.2 Penceritaan Visual dalam Praktik Pemasaran Pola Dasar Jenama	42
2.4 Pola Dasar dalam Perspektif Semiotika Visual	44
2.4.1 Semiotika Visual sebagai Representasi dalam Kampanye Pemasaran Jenama	44
2.4.2 Semiotika Visual dalam Praktik Penceritaan Visual	45
BAB III JENAMA PAKAIAN OLAHRAGA NIKE DAN ADIDAS DALAM KONTEN PEMASARAN INSTAGRAM (<i>INSTA MARKETING</i>)	47
3.1 Nike dan Kampanye Pemasaran Olahraga (<i>Sports Marketing</i>)	47
3.2 Adidas dan Kampanye Pemasaran Olahraga	49
BAB IV PENERAPAN POLA DASAR JENAMA (<i>BRAND ARCHETYPES</i>) DAN ELEMEN PENCERITAAN VISUAL DALAM PRAKTIK PEMASARAN INSTAGRAM JENAMA PAKAIAN OLAHRAGA NIKE DAN ADIDAS	53
4.1 Temuan dan Analisis Konten Pemasaran Instagram Nike	55
4.1.1 Temuan Konten Pemasaran Nike dengan Pola Dasar Hero	55
4.1.1.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	56
4.1.1.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	58
4.1.1.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	60
4.1.1.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	61
4.1.1.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	64
4.1.1.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	66
4.1.1.7 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	67
4.1.1.8 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	70
4.1.1.9 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	72
4.1.2 Temuan Konten Pemasaran Nike dengan Pola Dasar Ruler	73
4.1.2.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	74
4.1.2.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	76
4.1.2.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	78
4.1.2.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	79
4.1.2.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	82
4.1.2.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	84

4.1.2.7 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	85
4.1.2.8 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	88
4.1.2.9 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	89
4.1.3 Temuan Konten Pemasaran Nike dengan Pola Dasar Jester	90
4.1.3.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	91
4.1.3.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	94
4.1.3.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	95
4.1.3.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Nike	96
4.1.3.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	99
4.1.3.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Nike	100
4.1.4 Simpulan Analisis Penerapan Pola Dasar Kampanye Nike di Instagram	101
4.2 Temuan dan Analisis Konten Pemasaran Instagram Adidas	103
4.2.1 Temuan Konten Pemasaran Adidas dengan Pola Dasar Hero	103
4.2.1.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	104
4.2.1.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	106
4.2.1.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	108
4.2.1.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	109
4.2.1.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	111
4.2.1.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	112
4.2.1.7 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	113
4.2.1.8 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	116
4.2.1.9 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	117
4.2.2 Temuan Konten Pemasaran Adidas dengan Pola Dasar Outlaw	118
4.2.2.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	119
4.2.2.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	121
4.2.2.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	122
4.2.2.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	123
4.2.2.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	125
4.2.2.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	126
4.2.3 Temuan Konten Pemasaran Adidas dengan Pola Dasar Explorer	128
4.2.3.1 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	128
4.2.3.2 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	130
4.2.3.3 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	131
4.2.3.4 Pembacaan Konteks Narasi Tekstual dalam <i>Caption</i> Konten Adidas	133

4.2.3.5 Pemaknaan Konteks Pola Dasar dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	135
4.2.3.6 Analisis Semiotika Visual dalam Teks Kampanye Pemasaran Adidas	136
4.2.4 Simpulan Analisis Penerapan Pola Dasar Konten Adidas di Instagram.....	137
4.3 Pembahasan	139
4.3.1 Strategi, Konteks, dan Penerapan Wacana pada Kampanye Pemasaran Nike dan Adidas di Instagram.....	139
4.3.1.1 Ragam Aspek Situasional, Konteks, serta Agenda dalam Produksi Konten Pemasaran Nike dan Adidas	140
4.3.1.2 Penerapan Wacana Pemberdayaan Perempuan dan Keberagaman dari Konten Kampanye Pemasaran Nike dan Adidas	144
4.3.2 Menilik Perbandingan Penerapan Pola Dasar pada Kampanye Pemasaran Nike dan Adidas di Instagram.....	146
4.3.2.1 Produksi Konten dan Representasi Pola Dasar pada Kampanye Nike	147
4.3.2.1.1 Pemuatan Karakter <i>Hero</i> sebagai Nilai Utama Korporasi	147
4.3.2.1.2 Representasi Karakteristik <i>Ruler</i> pada Konten Pemasaran	150
4.3.2.1.3 Implementasi Tema <i>Jester</i> dalam Teks Kampanye	152
4.3.2.2 Pengaplikasian Partisipan Publik sebagai Representasi Pola Dasar pada Konten Kampanye Adidas	155
4.3.2.2.1 Penayangan Persona <i>Hero</i> sebagai Identitas Inti Perusahaan.....	155
4.3.2.2.2 Penggunaan Representasi <i>Outlaw</i> dalam Teks Kampanye.....	158
4.3.2.2.3 Pencantuman Pesan <i>Explorer</i> pada Konten Pemasaran	160
4.3.3 Simpulan Pembahasan	163
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	166
5.1 Simpulan.....	166
5.2 Saran	168
5.2.1 Panduan untuk Riset Berikutnya	168
5.2.2 Pedoman untuk Korporasi dan Entitas Olahraga.....	169
5.2.3 Preseden untuk Industri Periklanan Mikro di Indonesia	169
DAFTAR PUSTAKA	171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Signifikansi Diferensiasi dalam Pemasaran (Kantar Group, 2021).....	1
Gambar 1. 2 Keseragaman Produk Jenama Pakaian Olahraga.....	4
Gambar 1. 3 Global Revenue dari Nike, Adidas, dan Puma pada 2006-2022	4
Gambar 1. 4 Ragam Pola Dasar Jenama	10
Gambar 1. 5 Konten Pemasaran Instagram Jenama Pakaian Olahraga	13
Gambar 1. 6 Struktur Naratif (Chatman, 1978).....	15
Gambar 2. 1 The Big Five dari Jennifer Aaker (1997)	32
Gambar 2. 2 Young & Rubicam Group (Y&R) Archetypes Structure	33
Gambar 2. 3 Fungsi Utama Ragam Konsep Pemasaran Pola Dasar serta Contoh Jenama	35
Gambar 2. 4 Karakter Pola Dasar dan Motivasi Dasar Manusia	36
Gambar 3. 1 Ragam Kampanye Pemasaran Nike dengan tema Dream Crazier (2019)	49
Gambar 4. 1 Pola Dasar Hero pada Konten Instagram Nike	55
Gambar 4. 2 Pola Dasar Ruler pada Konten Instagram Nike	73
Gambar 4. 3 Pola Dasar Jester pada Konten Instagram Nike.....	91
Gambar 4. 4 Pola Dasar Hero pada Konten Instagram Adidas	104
Gambar 4. 5 Pola Dasar Outlaw pada Konten Instagram Adidas.....	118
Gambar 4. 6 Pola Dasar Explorer pada Konten Adidas	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kerangka Konsep	16
Tabel 1.2 Operasionalisasi Penelitian	22
Tabel 1. 3 Daftar Sampel Konten Pemasaran Olahraga pada Instagram Nike dan Adidas	23
Tabel 4. 1 Simpulan Analisis Penerapan Pola Dasar Jenama pada Kampanye Nike	101
Tabel 4.2 Simpulan Analisis Penerapan Pola Dasar Jenama pada Kampanye Adidas.....	137