

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI TERHADAP KESADARAN
MEREK (*BRAND AWARENESS*) DI SIRKUS WATERPLAY
BEKASI**



Disusun oleh :
FARAH NABILA DARWIS
6815165473

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Olahraga**

**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI
FAKULTAS ILMU OLAHRAGA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JANUARI, 2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2021

Yang n

METERAI
TEMPEL

A7D41AHF800907

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Farah Nabila Darwis

68115165473

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I		
<u>Dr. Aan Wasan, S.Sos., M.Si</u> NIP. 19711219 200501 1 001		<u>03/02/2021</u>
Pembimbing II		
<u>Muhamad Arif, S.Pd., M.Pd</u> NIDN. 00230283404		<u>05/02/2021</u>

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Hartman Nugraha, M.Pd</u> NIP. 19740909 200312 1 001	Ketua		<u>11/02/2021</u>
2. <u>Dra. Aryati, M.Pd., M.Ed</u> NIP. 19641110 199203 2 001	Sekretaris		<u>04/02/2021</u>
3. <u>Dr. Nofi Marlina Siregar., M.Pd</u> NIP. 19770128 200501 2 002	Anggota		<u>11/02/2021</u>
4. <u>Dr. Aan Wasan, S.Sos., M.Si</u> NIP. 19711219 200501 1 001	Anggota		<u>03/02/2021</u>
5. <u>Muhamad Arif, S.Pd., M.Pd</u> NIDN. 00230283404	Anggota		<u>05/02/2021</u>

Tanggal Lulus : 29 Januari 2021



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Farah Nabila Darwis
NIM : 6815165473
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Olahraga / Olahraga Rekreasi
Alamat email : farahdarwis14@yahoo.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Strategi Promosi Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness)
di Sirkus Waterplay Bekasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Maret 2021

Penulis

(Farah Nabila Darwis)
nama dan tanda tangan

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, kita memujinya, dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung kepada Allah dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Barang siapa mendapat petunjuk dari Allah, maka tidak akan ada yang menyesatkannya dan barang siapa yang sesat maka tidak ada pemberi petunjuk baginya.

Terima kasih kepada Dekan Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta Dr. Johansyah Lubis, M. Pd, Ketua Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta Hartman Nugraha, M. Pd, Pembimbing Akademik Dr. Nofi Marlina Siregar, M.Pd, Dosen Pembimbing I Dr. Aan Wasan, S. Sos, M. Si, Dosen Pembimbing II Muhamad Arif, S.Pd., M.Pd., serta para Dosen dan Staff Olahraga Rekreasi.

Terima kasih untuk kedua orang tuaku tercinta Syahrudin Darwis dan Wirna Bardianti serta abang dan adikku Aulia Fathurrahman Darwis, Fairus Nurul Azizah Darwis, Ghina Chairunnisa Darwis yang selalu mendukung, membantu, dan menyemangati setiap harinya. Terima kasih juga untuk keluarga Besar Alm.Darwis Laoes dan Sjabarudin Sjukur yang selalu menyemangati. Teman-teman Olahraga Rekreasi 2016 yang selama 4 tahun mewarnai dunia perkuliahanku: Ciwi OBS (Rani, Jamilah, Citra), OBS Boys (Panji, Aditbeng, Aji, Widy, Zul, Huda, Yayan, Yusuf, Naufal, Juan, Yanuar, Erza, Sanju, Lucy, Adi, Ariq, Sonny, Endika, Rifky, Cahya, Raka, Adhitnanda, Diogi, Aliq, Dennis, Dwi, Edho, Eryan, Genta, Ilham). Untuk kakak senior Kak Adin dan Juniorku Ranti yang juga selalu menyemangati.

Teruntuk para sahabatku dibangku sekolah yang masih menemani dan menyemangati sampai detik ini: Cumuk (Ikke, Firda, Fera, April, Genesy), DEFAANVEENSHI (Dea, Annisa, Endang, Shintia), teman-teman SD (Alvi, Miftah, Nia, Nicken, Feny, Hoesni, Rahmat, Daus), dan teman-teman SMA (CRAVENSO CREW, PASMUDA, RAJAMUDA). Terakhir, terima kasih kepada diriku yang masih mau berjuang sampai sekarang dan tidak mudah menyerah pada keadaan.

MOTTO

“TIDAK MASALAH SEBERAPA LAMBAT KAU BERJALAN ASALKAN
KAU TIDAK BERHENTI”

(Konfusius)



**PROMOTION STRATEGY ANALYSIS ON BRAND AWARENESS
IN SIRKUS WATERPLAY BEKASI**

FARAH NABILA DARWIS

ABSTRACT

This study aims to determine whether the promotional strategy carried out by Sirkus Waterplay as a means of recreational sports can affect consumer brand awareness of Sirkus Waterplay and whether the objectives of the promotional strategy carried out by Sirkus Waterplay are in accordance with the desired target. This research was conducted with a descriptive method with a qualitative approach to conclude the effect of the promotional strategy carried out on consumer brand awareness and whether the promotional strategy carried out is in accordance with the desired target. The theory used in this research is the promotion mix which consists of face-to-face sales, advertising, sales promotion, public relations, and direct marketing. Data collection techniques used in this research are observation, documentation, and direct interviews to the research site. The data analysis technique used in this research is interactive analysis according to Miles and Hubberman, which consists of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings found in this study are the analysis of the influence of promotional strategies in building visitor brand awareness. This research can be seen in full regarding its advantages, namely its location in the room and the number of unique entertainment and activities carried out by the Waterplay Circus, while the disadvantage is the lack of coverage in conducting promotions to attract the attention of consumers outside the Circus Waterplay area.

Keywords : Recreational Sport, Promotion Mix, Brand Awareness, Sirkus Waterplay

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI TERHADAP KESADARAN MEREK
(*BRAND AWARENESS*) DI SIRKUS *WATERPLAY* BEKASI**

FARAH NABILA DARWIS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi promosi yang dilakukan Sirkus Waterplay sebagai sarana olahraga rekreasi dapat mempengaruhi kesadaran merek konsumen terhadap Sirkus Waterplay dan apakah tujuan strategi promosi yang dilakukan Sirkus Waterplay sudah sesuai dengan target yang diinginkan. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menyimpulkan pengaruh strategi promosi yang dilakukan terhadap kesadaran merek konsumen dan apakah strategi promosi yang dilakukan sudah sesuai dengan target yang diinginkan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bauran promosi yang terdiri dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung ke tempat penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif menurut Miles dan Hubberman, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu Analisa pengaruh strategi promosi dalam membangun kesadaran merek pengunjung. Penelitian ini dapat diketahui secara lengkap mengenai kelebihan yaitu lokasinya yang berada didalam ruangan dan banyaknya hiburan unik serta kegiatan yang dilaksanakan Sirkus *Waterplay*, sedangkan kekurangannya yaitu kurangnya jangkauan dalam melakukan promosi untuk menarik perhatian konsumen diluar area Sirkus *Waterplay*.

Kata kunci* : Olahraga Rekreasi, Bauran Promosi, Kesadaran Merek, Sirkus *Waterplay

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT serta shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Diantara sekian banyak nikmat Allah SWT yang membawa kita dari kegelapan ke dimensi terang yang memberi hikmah dan yang paling bermanfaat bagi seluruh umat manusia, sehingga oleh karenanya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Terhadap Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Di Sirkus *Waterplay* Bekasi”.

Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Olahraga (S. Or.) dari Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis lalui, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini merupakan persembahan terbaik dari penulis. Tetapi penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak menutup kemungkinan didalamnya terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi parapembaca pada umumnya.

Jakarta, Januari 2021

Farah Nabila Darwis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Perumusan Masalah.....	5
E. Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	
1. Olahraga Rekreasi.....	8
2. Pariwisata.....	9
3. Analisis.....	14
4. Strategi.....	15
5. Promosi.....	20
6. Kesadaran Merek.....	24
7. Sirkus <i>Waterplay</i> Jatiasih.....	29
B. Kerangka Berpikir.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
C. Metode Penelitian.....	34
D. Subjek Penelitian.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Pengujian Validitas dan Rehabilitas.....	39
H. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	43
I. Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek.....	48
B. Deskripsi Subjek Penelitian.....	53
C. Deskripsi Data.....	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
E. Intrepetasi Data.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA.....	71
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	75
-------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Instrumen Wawancara untuk Manajer dan Pengunjung	37
Tabel 3.2 Telaah Pakar (Ahli).....	39
Tabel 3.3 Panduan Wawancara Untuk Manajer Marketing.....	39
Tabel 3.4 Panduan Wawancara Untuk Pengunjung.....	42



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness..... 27



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Catatan Diskusi (CD).....	75
Lampiran 2 Validasi Dosen Ahli.....	78
Lampiran 3 Instrumen dan Panduan Wawancara.....	81
Lampiran 4 Catatan Lapangan (CL).....	85
Lampiran 5 Catatan Wawancara (CW).....	88
Lampiran 6 Dokumentasi.....	106

