

**STRATEGI KOMUNIKASI VINDES *SPORT* DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI *EVENT SPORTAINMENT* PADA TAHUN 2023 Disusun untuk  
memenuhi Sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu  
Komunikasi**



**Wandatama Al Dzahabi Almas (1810411151)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JURUSAN ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA 2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Wandatama Al Dzahabi Almas  
NIM : 1810411151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juli 2024

Yang menyatakan,


(Wandatama Al Dzahabi Almas)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wandatama Al Dzahabi Almas  
NIM : 1810411151  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI VINDES SPORT DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI EVENT SPORTAINMENT PADA  
TAHUN 2023**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Wandatama Al Dzahabi Almas)



## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Wandatama Al Dzahabi Almas  
NIM : 1810411151  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Strategi Komunikasi Vindes Sport Dalam Mempertahankan Eksistensi Event Sportainment Pada Tahun 2023

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



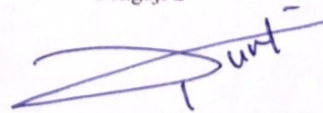
(Windhi Tia Saputra, M.Si)

Penguji 1



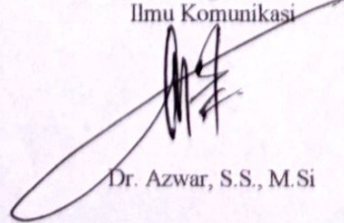
(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Puri Bestari Mardani, S.Hum., M.Si)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024

## KATA PENGANTAR

Peneliti Panjatkan Segala Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT untuk berkat, karunia dan rahmat-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Vindes Sport Dalam Mempertahankan Eksistensi Event Sportainment Pada Tahun 2023*. Penelitian ini dibuat sebagai syarat utama dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.


Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik yang bersifat moril maupun materil. Berdasarkan hal tersebut izinkan saya selaku peneliti dengan hormat memperkenalkan dan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang membantu saya dalam penulisan penelitian ini, yaitu :

1. Windhi Tia Saputra, M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, membantu meluangkan waktunya dalam memberikan saya masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai, serta memberikan saya semangat untuk dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
2. Dr. S. Beki Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Dr. Azwar, SS., M.Si selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang selalu memberikan semangat dan kemudahan dalam proses penyelesaian pendidikan S1 Ilmu Komunikasi.
4. Kepada kedua orang tua saya tentunya Ibu Ita Atika Murni dan Bapak Taryoto yang selalu sedia mendukung, membantu dan mendoakan segala hal yang terbaik untuk anak tercintanya selama penyusunan penelitian skripsi ini.

5. Syafira Aninditya yang sudah selalu menjadi tempat saya berkeluh kesah, membantu, memberikan masukan dan semangat yang luar biasa selama Penyusunan skripsi.
6. Akmal Shihab dan Rakan Ayyasy yang membantu luar biasa selama penyusunan skripsi.
7. Kepada teman-teman kerja saya di Vindes Corp yang selalu memberikan semangat, kebahagiaan, menjadi tempat cerita, dan penghibur saya ketika sedih makasih ya Laksa, Luthfi, Nabila, Karin, Ader, Tisha, Henry, Noval, Inez.
8. Tidak lupa saya mengucapkan banyak terimakasih kepada Vincent Rompies, Awan Prasetyo, Amira Siti Latisha, Tita Pratiwi yang telah memberikan saya kesempatan dalam belajar dan mengetahui tentang strategi yang dimiliki oleh Vindes Sport sehingga penelitian saya dapat selesai.
9. Teman teman dekat saya dari SMP, SMA dan Kuliah Fauzah Akhyar, Thontowi Wallace, Ramadhashiro, Rizik Ramadhan, Ghaizanni Annisa, Salsabila Milenia, M. Farhan Perdana, Dilla Luvita, Jeanny Fortuna, Raisya Aviani, Dara Fortuna, Adella Melinda, Faris Fauzi dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu satu yang tidak pernah berhenti juga membantu saya dalam menyelesaikan penelitian dan dukungan semangat yang luar biasa.
10. Terakhir dan yang paling utama, tentunya kepada diri saya tersayang dan tercinta yang sudah mampu sampai berada di titik ini, menyelesaikan salah satu kewajibannya dalam menempuh kehidupan, melewati segala rintangan yang ada namun selalu berjuang dan semangat terimakasih banyak kepada diri saya sendiri.

Peneliti menyadari penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, peneliti masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan dalam penelitian ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Strategi Komunikasi.

Jakarta, 21 Juni 2024



Wandatama Al Dzahabi Almas

STRATEGI KOMUNIKASI VINDES *SPORT* DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI *EVENT SPORTAINMENT* PADA TAHUN 2023

**ABSTRAK**

Perkembangan digitalisasi sangat berdampak pada industri kreatif yang terus berpacu dalam memenuhi ekspektasi dan keinginan masyarakat. Saat ini platform digital telah mengalami akselerasi digital dengan membentuk program *event olahraga*. Program yang sebelumnya hanya ditayangkan melalui media televisi, saat ini dapat disaksikan melalui *platform digital* seperti Youtube. Vindes merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri media dan ritel yang dibentuk oleh Vincent Rompies dan Deddy Mahendra Desta. Maraknya event *sportainment* serupa membuat Vindes harus memiliki *unique selling* untuk mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat. Hal yang membuat Vindes menjadi salah satu *event sportainment* terbesar di Indoensia karena selalu menyajikan produk digital yang *out of the box*. Salah satu keberhasilan Vindes adalah mengadakan event “Bahkan Voli” dengan 8,6 juta penonton dan trending nomor 1 di Youtube dan Twitter.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Vindes Sport dalam mempertahankan eksistensi di tengah maraknya event *sportainment* di tahun 2023. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan studi pustaka. Pendekatan tersebut dipilih untuk menjelaskan fenomena yang peneliti angkat mengenai strategi komunikasi Vindes dalam mempertahankan eksistensi mereka. Peneliti juga menetapkan empat informan penelitian untuk mendapatkan informasi seputar topik penelitian, yaitu: General Manager Vindes, Marketing Communication Vindes, Senior Social Media Specialist Vindes, dan Direktur

Vindess. Informasi yang peneliti himpun dari informan akan dianalisis dengan model analisis *Who says in which channel to whom with what effect* Harold Lasswell.

Berdasarkan hasil analisis strategi komunikasi Vindes Sport peneliti menemukan bahwa seluruh produk digital yang dibentuk melalui perencanaan yang matang. Hasil dari penerapan dimensi komunikasi tersebut menghasilkan produk digital dengan *unique selling point* dan *out of the box*. Selain itu Vindes juga memanfaatkan Instagram dan media konvensional serta new media untuk melakukan promosi. Strategi komunikasi yang organik dan *unique selling points* menjadi strategi komunikasi Vindes Sport mencapai kesuksesannya. Sehingga disaat banyak program *sportainment* serupa, Vindes Sport telah memiliki citra yang baik kepada audiens dan partner.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, Sportainment, Vindes Sport**

## VINDES SPORT COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING THE EXISTENCE OF THE SPORTAINMENT EVENT IN 2023

### ABSTRACT

*The development of digitalization has had a huge impact on the creative industry which continues to fulfill people's expectations and desires. Currently, digital platforms have experienced digital acceleration by forming programs for sporting events. Programs that were previously only broadcast on television can now be watched via platform digital, such as YouTube. Vindes is a company operating in the media and retail industry which was formed by Vincent Rompies and Deddy Mahendra Desta. The rise of events and sportsmanship makes Vindes a must-have unique selling to maintain its existence in society. The thing that makes Vindes one of the event sportainment largest in Indonesia because it always presents digital products out of the box. One of Vindes' successes was holding the "Bahkan Voli" event with 8.6 million viewers and trending number 1 on YouTube and Twitter.*



*This research aims to analyze Vindes Sport's communication strategy in maintaining its existence amidst the proliferation of events sportainment in 2023. The research approach used is a descriptive qualitative approach using interview, observation, and literature study data collection methods. This approach was chosen to explain the phenomenon that researchers raised regarding Vindes' communication strategies in maintaining their existence. Researchers also determined four research informants to obtain information about the research topic, namely: General Manager Vindes, Marketing Communication Vindes, Senior Social Media Specialists Vindes, and Director Vindes. The information that researchers collect from informants will be analyzed using an analytical model Who says in which channel to whom with what effect by Harold Lasswell. Based on the results of the analysis of Vindes Sport's communication strategy, researchers found that all digital products were formed through good planning. The results of applying these communication dimensions produce digital products with unique selling points and out of the box. Apart from that, Vindes also uses Instagram and conventional media as well as new media to carry out promotions. An organic communication strategy with unique selling points became Vindes Sport's communication strategy to achieve its success. So when there are many programs sportainment Similarly, Vindes Sport has a good image with its audience and partners.*

**Keywords: Communication Strategy, Social Media, Sportainment, Vindes Sport**

## DAFTAR ISI

<b><i>PERNYATAAN ORISINALITAS</i></b> .....	<i>i</i>
<b><i>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</i></b> .....	<i>ii</i>
<b><i>KATA PENGANTAR</i></b> .....	<i>iii</i>
<b><i>ABSTRAK</i></b> .....	<i>v</i>
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	<i>vi</i>
<b><i>DAFTAR ISI</i></b> .....	<i>viii</i>
<b><i>DAFTAR GAMBAR</i></b> .....	<i>x</i>
<b><i>DAFTAR LAMPIRAN</i></b> .....	<i>xi</i>
<b><i>BAB I PENDAHULUAN</i></b> .....	<i>1</i>
<b>I.1 Latar Belakang</b> .....	<i>1</i>
<b>I.2 Rumusan Masalah</b> .....	<i>10</i>
<b>I.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<i>10</i>
<b>I.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<i>10</i>
<b>Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik akademis maupun praktis:</b> .....	<i>10</i>
<b>I.5 Sistematika Penulisan</b> .....	<i>11</i>
<b><i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i></b> .....	<i>14</i>
<b>II.1 Konsep Penelitian</b> .....	<i>14</i>
II.1.1 Komunikasi.....	<i>14</i>
II.1.2 Strategi Komunikasi .....	<i>17</i>
II.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	<i>25</i>
II.1.4 Media Sosial .....	<i>27</i>
<b>II.2 Kerangka Pemikiran</b> .....	<i>33</i>
<b><i>BAB III METODELOGI PENELITIAN</i></b> .....	<i>36</i>
<b>III.1 Objek Penelitian</b> .....	<i>36</i>
<b>III.2 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<i>41</i>
<b>III.3 Sumber Data dan Data Penelitian</b> .....	<i>42</i>
<b>III.4 Teknik Pengolahan dan Analisa Data</b> .....	<i>42</i>
<b>III.5 Keabsahan Data</b> .....	<i>44</i>

<b>III.6 Penentuan Informan .....</b>	<b>45</b>
<b>III.7 Tabel Rencana Waktu.....</b>	<b>46</b>
<b><i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</i></b>	<b>48</b>
<b>IV.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>IV.2 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>48</b>
IV.2.1 Profile Perusahaan .....	48
IV.2.2 Logo Perusahaan.....	51
IV.2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
<b>IV.3 Deskripsi Informan.....</b>	<b>51</b>
<b>IV.4 Hasil Penelitian .....</b>	<b>55</b>
IV.4.1 Vindes Sport sebagai Event Sportainment.....	56
IV.4.2 Persaingan Event Sportainment pada Tahun 2023.....	57
IV.4.3 Strategi Komunikasi Vindes Sport.....	62
IV.4.4 Strategi Komunikasi Vindes Sport dalam Mempertahankan Eksistensi Event Sportainment pada Tahun 2023 .....	63
IV.4.5 Kerjasama Vindes Sport Dengan Brand .....	65
IV.4.6 Kerjasama Vindes Sport Dengan Lembaga .....	69
IV.4.7 Promosi Melalui Media Sosial.....	70
IV.4.8 Kerjasama Dengan Media Lain.....	74
IV.4.9 Hambatan dalam Implementasi Vindes Sport.....	76
IV.4.10 Evaluasi Strategi Komunikasi Vindes Sport.....	77
<b>IV.5 Pembahasan Strategi Komunikasi Vindes Sport dalam Mempertahankan Eksistensi Event Sportainment pada Tahun 2023 .....</b>	<b>79</b>
IV.5.1 Kerjasama Vindes Sport Dengan Brand .....	79
IV.5.2 Kerjasama Vindes Sport Dengan Lembaga .....	83
IV.5.3 Promosi Melalui Media Sosial .....	85
IV.5.4 Kerjasama Vindes Sport Dengan Media Lain.....	89
<b><i>BAB V PENUTUP .....</i></b>	<b>92</b>
<b>V.1 Kesimpulan .....</b>	<b>92</b>
<b>V.2 Saran.....</b>	<b>94</b>
V.2.1 Saran Teoritis.....	95
V.2.2 Saran Praktis .....	95
<b><i>DAFTAR PUSTAKA.....</i></b>	<b>97</b>
<b><i>LAMPIRAN.....</i></b>	<b>100</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Trending Youtube .....	6
Gambar 1. 2 Trending Twitter .....	6
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Lasswell.....	18
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Lasswell.....	18
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Kantor dan Karyawan Vindes .....	48
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan Vindes.....	51
Gambar 4. 3 Foto Peneliti dengan Informan 1 .....	52
Gambar 4. 4 Foto Peneliti dengan Informan 2.....	53
Gambar 4. 5 Foto Peneliti dengan Informan 3.....	54
Gambar 4. 6 Foto Peneliti dengan Informan 4.....	55
Gambar 4. 7 Latihan Pemain Vindes Sport.....	60
Gambar 4. 8 Pertandingan Vindes Sport.....	61
Gambar 4. 9 Penonton Vindes Sport.....	65
Gambar 4. 10 Adlibs Sponsorship .....	66
Gambar 4. 11 Logo Placement.....	67
Gambar 4. 12 Halaman Instagram Vindes .....	71
Gambar 4. 13 Followers Instagram Vindes.....	72
Gambar 4. 14 Konten Teaser Vindes Sport .....	73
Gambar 4. 15 Konten Pre Promo Vindes Sport .....	73
Gambar 4. 16 Konten Promo Vindes Sport .....	74
Gambar 4. 17 Konten Post Promo Vindes Sport.....	74
Gambar 4. 18 Berita Vindes Sport di Liputan 6.....	76
Gambar 4. 19 Promo Tiket Gratis .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA.....	100
LAMPIRAN 2 TRANSKRIP WAWANCARA .....	104