

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOTIONAL CAMPAIGN JERSEY ORIGINAL PERSIB BANDUNG

Sepak bola adalah cabang olahraga terpopuler di Indonesia. Besarnya antusiasme fans tiap daerah untuk mendukung klub kampung halamannya selalu maksimal dan masif. Hal tersebut membuat sepak bola di Indonesia menjadi industri yang terlihat menjanjikan dan menguntungkan dari sisi finansial. Semenjak keluarnya peraturan Permendagri di tahun 2007 (revisi), klub-klub sepak bola di Indonesia tidak boleh lagi menerima dana hibah dari APBD yang dahulu biasa dilakukan. Mereka harus mendapatkan kekuatan finansial secara mandiri untuk dapat terus bertahan dari arus liga tiap tahunnya.

Klub sepak bola asal Bandung, Persib Bandung yang menjadi objek penelitian di penulisan ini mencoba mencari pemasukan untuk finansial klubnya. Salah satunya dengan menjual produk *jersey* resmi Persib Bandung untuk para fansnya. Nilai historis dan kebanggaan klub sebesar Persib Bandung belum bisa memaksimalkan hal tersebut untuk bisa membentuk nilai loyalitas fans dalam membeli produk *original*.

Tulisan ini dibuat untuk menganalisa, merancang strategi dan solusi dalam bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual dengan pendekatan kualitatif yang menyesuaikan dengan target audiens yang merupakan fans Persib Bandung (Bobotoh).

Kata Kunci: Perancangan, Kampanye, Promosi, *Jersey*, Sepakbola, Persib