



KOMODIFIKASI KOMUNITAS INTER CLUB INDONESIA (ICI)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Miftahul Alayubi

41182037190030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI
2023/1444 H**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juni 2023

SEPLUH RIBU RUPIAH
10000
METERAI
TEMPEL
29CD1AKX496853838
Miftah Alayubi



41182037190030

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komodifikasi Komunitas Inter Club Indonesia (ICI)
Nama : Miftahul Alayubi
NPM : 41182037190030
Konsentrasi : *Jurnalistik*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra, dan Bahasa (FKSB)

Telah memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 05 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si.

NRP. 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Yudha Asmara DA, M.I.Kom

NRP. 45.1.03.12.2012.029

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

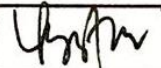
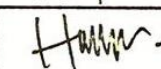
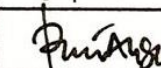
“Komodifikasi Komunitas Inter Club Indonesia (ICI)” telah dipertahankan dihadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Senin
Tanggal : 26 Juni 2023
Waktu : 15.00 – 16.00

Oleh

Nama : Miftahul Alayubi
NPM : 41182037190030
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Dewan Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Tin Hartini, M.Si.	
Penguji I	Hamluddin, M.Si.	
Penguji II	Yudha Asmara DA. M.I.Kom.	

Bekasi, 03 Juli 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan
Bahasa



Dr. Nuryadi, M.Hum.
NRP.45.1.01.04.2010.001

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Tin Hartini, M.Si.
NRP. 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

2023

Miftahul Alayubi

Komodifikasi Komunitas Inter Club Indonesia (ICI).

Di bawah bimbingan Yudha Asmara DA.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif untuk memahami fenomena komodifikasi yang terjadi dalam Inter Club Indonesia (ICI) sebagai *Official FC.Internazionale Supporters Club*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana konten dan khalayak dikomodifikasi dalam upaya memasarkan produk dan mempromosikan kegiatan komunitas ICI. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa naskah wawancara, catatan lapangan, dan dokumen-dokumen terkait. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan perspektif teori komodifikasi untuk memahami proses komodifikasi konten dan khalayak dalam konteks komunitas ICI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas ICI menggunakan konten yang dihasilkan oleh anggota komunitas, seperti poster nonton bareng, touring, dan *gathering*, sebagai alat promosi untuk menarik minat penggemar Inter Milan di Indonesia. Poster acara ICI berisi informasi penting dan dipasarkan melalui media sosial untuk mencapai penggemar yang lebih luas. Selain itu, komunitas ICI menjalin kerjasama dengan pemilik tempat nobar dan *brand-brand* besar untuk saling mendapatkan manfaat. Penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi konten dan khalayak menjadi aspek penting dalam memasarkan produk dan mempromosikan kegiatan komunitas ICI. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya memahami dan mengaplikasikan konsep komodifikasi dalam strategi pemasaran dan promosi komunitas suporter klub sepak bola. Dalam konteks ICI, strategi komodifikasi konten dan khalayak telah berhasil dalam menarik minat penggemar, memperluas jangkauan, dan menjalin kerjasama yang menguntungkan.

Kata Kunci : Komodifikasi, Komodifikasi Konten, Komodifikasi Khalayak, Komodifikasi Pekerja, Penggemar , Promosi,

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi

Study of Communication Science

Faculty of Communications, Literature and

Language

2023

Miftahul Alayubi

Commodification of Indonesian Inter Club Community (ICI)

Under the guidance Yudha Asmara DA

This research employs a qualitative approach and descriptive method to understand the phenomenon of commodification within Inter Club Indonesia (ICI) as the Official FC.Internazionale Supporters Club. The aim of this study is to analyze how content and audience are commodified in the effort to market products and promote ICI community activities. The data used in this research consist of interview transcripts, field notes, and relevant documents. The data are analyzed through the lens of commodification theory to comprehend the process of commodifying content and audience within the context of ICI community. The findings reveal that the ICI community utilizes content generated by its members, such as watch party posters, tours, and gatherings, as promotional tools to attract the interest of Inter Milan fans in Indonesia. The event posters of ICI contain essential information and are effectively marketed through social media platforms to reach a wider audience. Additionally, the ICI community collaborates with venue owners and prominent brands to mutually benefit from their partnerships. This research demonstrates that the commodification of content and audience plays a crucial role in marketing products and promoting ICI community activities. The implications of this research underscore the importance of understanding and applying the concept of commodification in the marketing and promotion strategies of football club supporter communities. In the context of ICI, the strategies of commodifying content and audience have proven successful in attracting fan interest, expanding reach, and fostering profitable collaborations.

Keyword : Comodification, Commodification Content, Commodification Audience, Commodification Labor , Fans Club, Promotion, Marketing

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan seminar proposal berjudul “Komunikasi dan Komodifikasi Komunitas Inter Club Indonesia Regional Bekasi (ICI)”.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Namun berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan laporan ini.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Nuryadi M.Hum, M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Ibu Tin Hartini, M.Si Selaku Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Bapak Yudha Assmara Dwi Aksa, S.Sos, M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing penulis yang penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, menyemangati dan memberikan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan penelitian ini.
4. Kedua orang tua penulis atas dukungan moril dan materil, dan juga doa yang tidak pernah putus untuk penulis.
5. Teman teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan dorongan dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu semoga penelitian ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi,

Miftahul Alayubi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
BAB II	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	3
2.1.1 Penelitian Iswandi B. “Kohesivitas Suporter Sepak Bola Dalam Perspektif Komunikasi Kelompok (Studi Kasus Suporter The Macz Man)....	3
2.1.2 Reksa Ardan Prayogi, ”Peranan Komunikasi Kelompok Fans Club Manchester United Dalam Membangun Kebersamaan Antar Anggota (Studi Pada Anggota United Indonesia Chapter Lampung)	3
2.1.3 Tulus Muliawan; “Pola Komunikasi Kelompok Dalam Membangun Kohesivitas Kelompok (Analisis Deskriptif The Jakmania UNJ)	4
2.1.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang dilakukan.	4
2.2 Kerangka Teori	6
2.2.1 Komunikasi Kelompok	6
2.2.2 Polarisasi Kelompok	7
2.2.3 Identitas Kelompok	8

2.2.4	Proses Pembentukan Kelompok.....	10
2.2.5	Komodifikasi.....	11
2.2.6	Komunitas	13
2.2.7	Inter Club Indonesia (ICI).....	13
2.3	Kerangka Pemikiran	14
BAB III		17
METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian	17
3.2	Unit Analisis.....	17
3.2.1	Informan dan Key Informan.....	18
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.4	Definisi Konseptual	21
3.5	Teknik Analisis Data	24
3.6	Keabsahan Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	25
4.1.1	Profil Inter Club Indonesia regional Bekasi.....	25
4.1.2	Visi dan Misi Komunitas Inter Club Indonesia regional Bekasi.....	26
4.1.3	Social Media Inter Club Indonesia regional Bekasi.....	26
4.1.4	Struktur Organisasi Inter Club Indonesia regional Bekasi.....	28
4.2	Hasil Penelitain	29
4.2.1	Komodifikasi Konten	29
4.2.2	Komodifikasi Khalayak	35
4.2.3	Komodifikasi Pekerja.....	37
4.3	Pembahasan	40
BAB V		42
KESIMPULAN DAN SARAN		42
5.1	Kesimpulan	42
5.2	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1. Instagram.....	26
Gambar 4.2. Facebook	26
Gambar 4.3. Twitter	26
Gambar 4.1.4 Struktur Organisasi Inter Club Indonesia regional Bekasi.....	28
Gambar 4.4. Poster Nobar Final UCR Inter Milan Vs Manchester City	30
Gambar 4.5. Poster Nobar Final UCR Inter Milan Vs Manchester City	30
Gambar 4.6. Poster Inter Club Indonesia Tour	31
Gambar 4.7. Poster Gathering Nasional ke VI Inter Club Indonesia.....	33
Gambar 4.8. Nobar ICI di Mie Ayam Bang Rudy Jakarta.....	35
Gambar 4.9. Media Yang Bekerjasama di Laga Final Inter Vs Mancity.....	36
Gambar 4.10. Membuat Koreografi Inter Milan	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Dilakukan.....	4
---	---