

ABSTRAKSI

STUDI EKSPLORATORI LOVEMARKS PADA PENGGEMAR LIVERPOOL F.C. DI SURABAYA

Latar belakang pemilihan topik “*Lovemarks*” karena persaingan yang sangat ketat saat ini memerlukan sebuah brand masa depan yang luar biasa yaitu *Lovemarks*, dimana konsumen memiliki alasan yang melebihi alasan loyalitas sehingga konsumen tidak akan pernah berpindah pada pesaing. Berdasarkan gejala yang ada bahwa fanatisme pendukung *Liverpool F.C.*, menjadikan *Liverpool F.C.* sebagai klub dengan penggemar yang paling fanatik. *Liverpool F.C.* memiliki penggemar fanatik diseluruh penjuru dunia hampir disetiap Negara klub ini memiliki fans klub, di Indonesia fans klub resmi *Liverpool F.C.* bernama Big Reds. Komunitas ini merupakan wadah tempat berkumpulnya para fans *Liverpool F.C.*

Adapun konsep teori yang digunakan adalah **Kevin Roberts (2004); p.79**) “*Lovemarks are personal. And they can be anything-a person, a country a car, an organization. Lovemarks are the charismatic brands that people love anda fiercely protect*”. *Lovemarks* terdiri atas tiga elemen utama yaitu *Mystery*, *Sensuality* dan *Intimacy*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah Riset Eksploratori, sebab dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengapa terjadi *Lovemarks* pada penggemar *Liverpool F.C.* di Surabaya. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui *depth interview* dengan teknik pengambilan sampel *Judgemental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kemudian dilakukan transkrip hasil wawancara setelah itu dilakukan *open coding*, *axial coding*, dan terakhir melakukan *selective coding*.

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan terjadinya *Lovemarks* pada penggemar *Liverpool F.C.* di Surabaya lebih ditekankan pada elemen *Mystery* yang terdiri atas sub elemen *Tell your stories; Use your past, present, and future; Taps into your dreams; Nurture your myths and icons; Build on inspiration*. Berikutnya elemen *Sensuality* yang terdiri atas sub elemen *Sight* dan *Touch*. Yang terakhir elemen *Intimacy* yang terdiri atas sub elemen *Emphaty; Commitment; Passion*.

Berdasarkan temuan hasil penelitian, maka diberikan rekomendasi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan objek dan topic yang sama dengan jenis penelitian yang berbeda serta diberikan informasi awal kepada Big Reds dan Adidas bahwa terjadinya *Lovemarks* pada beberapa penggemar *Liverpool F.C.*

Kata Kunci : Liverpool F.C, *Lovemarks*.