

Peranan humas pada organisasi olah raga di Indonesia dalam memasarkan event olahraga = The role of public relations of sports organization in Indonesia in marketing sports events

Ika Novitaria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=120983&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang peranan humas serta program-program yang dilakukan oleh humas organisasi olahraga di Indonesia dalam memasarkan olahraga dan meningkatkan citra olahraga, dimana fungsi dan tujuan humas adalah menciptakan citra yang baik dari organisasi dihadapan publiknya. Humas sangat bermanfaat bagi suatu organisasi dalam mengelola iklim organisasi yang kondusif dan menciptakan citra yang baik bagi organisasi di mata publiknya, begitu pula dalam organisasi olahraga. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah enam organisasi olahraga yang di pilih berdasarkan prestasi cabang olahraga yang mengikuti ajang multi event seperti SEA Games, ASIAN Games dan OLYMPIC Games. Untuk metode yang dipakai dalam mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam terhadap divisi humas atau pengurus organisasi yang berkompeten untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian dari enam organisasi olahraga tersebut. Adapun Hasil penelitian ini menyatakan bahwa peranan humas dalam organisasi olahraga berperan sebagai peranan teknisi, sedangkan untuk program-program humas yang dilakukan oleh organisasi olahraga hanya bersifat tentatif atau apabila ada event-event olahraga. Saran untuk organisasi olahraga adalah supaya organisasi olahraga membuat lebih banyak lagi event-event olahraga dan bersifat teratur terutama di dalam negeri agar humas mempunyai berita yang harus disampaikan kepada publik. Selain itu komunikasi yang dilakukan humas pada organisasi harus lebih pro aktif dan inovatif dalam membuat program-program kehumasan dan dalam membuat berita-berita yang akan disampaikan kepada publik.

.....This tesis is focus on the role of public relations with the programs which done by the public relations of sports organization in Indonesia in order to marketing and increasing the image of sports. Where the function and the objective of public relations is to create a good image of the sports organization in front of its publics. Because of that public relations will be useful for the organization in order to manage the condusif organization climate and to create a good image for the sports organization in front of its publics. This research is a qualitative research with descriptive design. The subject of research that use in this research is six sports organization which is choosing base on the achievement of the sports event that follow the multievent like SEA Games, ASLAN Games and OLYMPIC Games. The method that use to collect the data in this research is depth interview toward the public relations division or the management of organization which has a competent to answer the question that related to the problem of research from six of the sports organizations. The result of this research explain that the role in sports organization play a role as a technician role, and for the public relations programs that done by the sports organization only have the temporarily quality or done if there is an events. And the suggestion for sports organizations is that the sports organizations has to make more sports events and make it more continuously especially in Indonesia so the public relations have a news that have to be published to the publics. Beside that the communication that done by the public relations officer in sports organization have to be more pro active and inovative in

making a public relations programs and in order to making a news that will be publishing to the publics.