

Analisis Nation Branding Melalui Penyelenggaraan Sports Mega- Event (Studi Mengenai Kegiatan 18th Asian Games Jakarta- Palembang 2018) = An Analysis of Nation Branding Opportunities through Sport Mega- Events (A Study on 18th Asian Games Jakarta-Palembang 2018)

Cut Ayu Rahimainita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465536&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Skripsi ini menggunakan kesempatan Indonesia menjadi tuan rumah 18th Asian Games 2018mendatang, sebagai studi kasus tentang bagaimana penyelenggaraan sport mega-eventmeningkatkan nation branding sebuah negara. Skripsi ini juga memaparkan strategipemanfaatan media sosial 18th Asian Games 2018 pada periode Agustus ndash; Oktober 2017dalam mengomunikasikan nation branding Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metodekualitatif dengan melakukan studi deskriptif dan paradigma konstruktivisme pada objekpenelitiannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan, administrasi,ekonomi, dan prestasi merupakan indikator utama dalam sebuah penyelenggaraan sportmega-event yang membentuk nation branding negara penyelenggaranya. Hasil penelitianjuga menemukan bahwa dengan cakupan wilayah khalayak sasaran yang begitu luas, mediasosial merupakan media yang efektif membentuk nation branding melalui penyelenggaraansport mega-event apabila melalui tahapan manajemen strategis dalam branding, yaitupenentuan dan implementasi identitas.

*This thesis uses Indonesia rsquo s opportunity as the host country for the upcoming 18th AsianGames 2018 as a case study on how a sport mega event can shape and escalate nationbranding of a country. In a connection with social media marketing as concept, this thesis isalso explains the social media marketing strategy of 18th Asian Games 2018 in the period ofAugust ndash October 2017 in order to communicate nation branding of Indonesia through the18th Asian Games Jakarta Palembang 2018. This thesis conducted under qualitative approachwith descriptive study and constructivist paradigm to the object of research.*

The finding of this thesis shows that management of the event, sport achievement, administrative, andeconomic are the main indicators in a sport mega event that shaped nation branding of thehost country. Besides, the finding also shows that social media is the best media to shapenation branding through a sport mega event which targeting audience from varieddemographical backgrounds.