

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 2018 mendatang, sebagai studi kasus tentang bagaimana penyelenggaraan sport mega-event meningkatkan nation branding sebuah negara. Skripsi ini juga memaparkan strategi pemanfaatan media sosial 18th Asian Games 2018 pada periode Agustus ndash; Oktober 2017 dalam mengomunikasikan nation branding Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dengan melakukan studi deskriptif dan paradigma konstruktivisme pada objek penelitiannya.

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

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

The finding of this thesis shows that management of the event, sport achievement, administrative, and economic are the main indicators in a sport mega event that shaped nation branding of the host country. Besides, the finding also shows that social media is the best media to shape nation branding through a sport mega event which targeting audience from varied demographical backgrounds.