

Humas olahraga di era media sosial : studi kasus di Indonesia = Sport public relation in social media era : case study in Indonesia

Cahya Rizky Irvandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20489231&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini menjabarkan mengenai praktik humas di dalam institusi olahraga, khususnya di era digital dengan segala potensinya untuk dapat terhubung dengan publik secara luas. Di dalam dunia olahraga, humas mempunyai banyak fungsi penting, antara lain untuk membantu kelangsungan bisnis, mempromosikan nilai-nilai klub kepada masyarakat luas, serta menangani kasus personal yang dihadapi atlet untuk mengembalikan kepercayaan dari penggemar. Keberadaan media sosial yang memudahkan terjadinya interaksi dengan para penggemar, menjadi potensi yang dimanfaatkan oleh institusi olahraga. Berdasarkan pengamatan, klub-klub Indonesia saat ini hanya menggunakan satu kanal media saja, dan pengelolaannya masih kurang baik. Artikel ini memberi rekomendasi agar institusi olahraga di Indonesia merencanakan kegiatan humasnya berbasis konsep Cultural-Relevant Public Relation

..... This paper gave a study on public relation practice in sport institution, especially in this digital era with all of its potential to be connected with public in general. In the world of sport, public relations has many important functions, such as to keep the sport business itself alive, to promote the clubs values to the public, and help the athletes handle their personal issues, to regain trust from fans. The existence of social media, which makes it easier to interact with fans, is a potential that should be used by sports institutions for their advantage. Based on observation, Indonesian sports clubs today only use one media platform. This article gives recommendations for sports institutions in Indonesia to planned their public relation activity based on the concept of Cultural-Relevant Public Relation