

## Komunikasi dan Promosi Sea Games XIX tahun 1997 di Jakarta

Julianus Andrie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77357&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

SEA Games XIX tahun 1997 merupakan event olah raga terbesar yang diselenggarakan di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir. Pada SEA Games XIX inilah pertama kalinya pihak swasta dilibatkan didalam kepanitiaan. Untuk mengkomunikasikan penyelenggaraan SEA Games XIX, Organizing Committee SEA Games XIX membentuk Bidang Penerangan & Komunikasi (Penkom). Sedangkan untuk menggalang dana dibentuk Bidang Promosi & Usaha.

<br><br>

Penelitian ini melihat program-program apa saja yang sudah dilakukan oleh Bidang Penkom dan Bidang Promosi & Usaha, yang merupakan bentuk manajemen komunikasi termasuk komunikasi pemasaran dan promosi. Selain itu dilihat pula masalah-masalah timbul didalam pelaksanaannya.

<br><br>

Beberapa teori dari konsep yang digunakan disini antara lain : konsep dasar komunikasi, komunikasi massa, komunikasi dua tahap, hierarchy of effect, komunikasi pemasaran, dan bauran promosi.

<br><br>

Pendekatan penelitian ini adalah secara kualitatif dengan tipe penelitian evaluatif deskriptif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam, sedangkan pengumpulan data sekunder diperoleh dengan mengacu pada data tertulis yang sudah ada.

<br><br>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan SEA Games XIX telah berhasil dipublikasikan secara luas. Media massa yang meliput berjumlah 293 dijadikan sebagai tolok ukur keberhasilan publikasi. Dalam keberhasilan mempublikasikan SEA Games XIX ini terdapat masalah dalam hal komunikasi, baik dari sisi sumber, isi pesan, media, serta kurangnya analisa kebutuhan dan keinginan khalayak. Konsep pemasaran yang masih berorientasi kepada produk serta promotion mix yang lemah, terutama public relations.

<br><br>

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dalam penelitian ini diberikan saran-saran, antara lain perlunya menghindari berbagai gangguan pada sumber, kejelasan makna pesan, pemilihan media, perlunya pemahaman konsep-konsep komunikasi pemasaran untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari khalayak, serta perlunya dibina hubungan yang lebih baik pada berbagai kalangan. Selain itu perlu reorientasi daripada penyelenggaraan SEA Games dan pemanfaatan event ini untuk promosi pariwisata.