

ABSTRAK

PT. Persis Solo Saestu bergerak pada bidang manajemen klub sepakbola profesional. Berbagai permasalahan yang terjadi didalam tubuh PT. Persis Solo Saestu di era kepengurusan sebelumnya menjadikan citra PT. Persis Solo Saestu berubah di mata suporter Persis Solo. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh manajemen baru PT. Persis Solo Saestu untuk meningkatkan citra manajemen baru di mata suporter Persis Solo. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui studi pustaka, wawancara serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan komunikasi dengan menggunakan model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi yang telah dirancang oleh manajemen baru PT. Persis Solo Saestu yaitu dengan melakukan riset permasalahan dan persepsi publik, melakukan rapat manajemen secara rutin, melakukan branding di media sosial, membuka ruang diskusi dengan suporter dan melakukan kegiatan kehumasan. Strategi yang telah dirancang diimplementasikan oleh manajemen melalui beberapa kegiatan dan terbukti dapat berhasil meningkatkan citra manajemen PT. Persis Solo Saestu di mata suporter Persis Solo.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Citra, Organisasi Olahraga, Suporter

ABSTRACT

PT. Persis Solo Saestu is a company which engaged in professional football club management. Various problems that occur in PT. Persis Solo Saestu in the previous management era made the image of PT. Persis Solo Saestu changed in the perspective of Persis Solo supporters. The purpose of this study was to determine the communication strategy implemented by the new management of PT. Persis Solo Saestu to improve the image of the new management in the perspective of Persis Solo supporters. This research is a descriptive qualitative research by collecting data through literature study, interviews and documentation. The theory used in this research is communication planning theory using Philip Lesly's communication planning model. The results showed that the communication strategy planning that had been designed by the new management of PT. Persis Solo Saestu is by conducting research on problems and public perceptions, conducting regular management meetings, branding on social media, opening discussion with supporters and conducting public relations activities. The strategy that has been designed is implemented by the management through several activities and has been proven to be successful in improving the image of the management of PT. Persis Solo Saestu in the eyes of Persis Solo supporters.

Keywords: Communication Strategy, Image, Sports Organization, Supporters