

ABSTRAK

PERSEPSI OLAHRAGAWAN FUTSAL TERHADAP BULETIN *THE OFFICIAL PROGRAMME* SEBAGAI SARANA PROMOSI *THE DOME SUNDAY LEAGUE*

DWI NARTIARASARI

Promosi suatu perusahaan memiliki keterkaitan dengan persepsi seseorang, sekelompok orang atau masyarakat. Karena persepsi masyarakat dalam memaknai suatu usaha yang dilakukan suatu perusahaan bisa membentuk citra, dan citra tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atau tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam melaksanakan publikasi maupun promosinya

Pada penelitian ini penulis memfokuskan pada persepsi olahragawan futsal terhadap; informasi, gambar mengenai *event The Dome Sunday League*, Layout dan warna Buletin *The Official Programme*” Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penentuan informan *purposive sampling*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan “Persepsi olahragawan futsal terhadap buletin *The Official Programme* sebagai sarana promosi *The Dome Sunday League*.”

Pada pembahasan penelitian ini, penulis mengaitkan teori sifat-sifat persepsi menurut Jalaluddin Rakhmad dengan tujuan promosi menurut Philip Kotler dengan batasan tertentu. Berdasarkan analisis penulis, hasil dari penelitian “Persepsi olahragawan futsal terhadap buletin *The Official Programme* sebagai sarana promosi *The Dome Sunday League* adalah persepsi negatif. Olahragawan futsal cukup memahami tujuan promosi oleh karena itu mereka memberikan persepsi secara gamblang, serta kritik dan saran yang cukup kritis namun bersifat membangun dan bisa dijadikan bahan evaluasi untuk buletin *The Official Programme*.

ABSTRACT

PERCEPTION OF FUTSAL ATHLETES TOWARD BULLETIN THE OFFICIAL PROGRAMME AS A PROMOTION MEDIA OF THE DOME SUNDAY LEAGUE

DWI NARTIARASARI

Promotion of a company related to the perception of individual, group or community. Because the public perception of understanding of an effort to establish a company image, and image can be used as benchmark to evaluate success or a firm in carrying out publicity and promotion.

In this study the author focuses on the perception of futsal athletes; information, pictures about the events of The Dome Sunday League, layout and colors Bulletin The Official Programme. This study uses qualitative research method to the determination of purposive sampling of informants. This study aims to determine and describe futsal athletes perception of the bulletin The Official Programme as a means of promotion of The Dome Sunday League.

In the discussion of this research, the author link the theoretical properties of perception by Jalaluddin Rakhmad with the promotional purposes by Philip Kotler other limitations. Based on the analysis, the results of the study that "Perception of futsal athletes toward bulletin The Official Programme as a media of promotion of The Dome Sunday League is the negative perception. Futsal athletes quite understand the purpose of promotion and therefore they provide a clear perception, as well as criticisms and suggestions are quite critical but constructive and can be used as materials for the bulletin's evaluation of The Official Programme.

