

ABSTRAK

STRATEGI MANAJEMEN PADANG GOLF SUKARAME DALAM MENINGKATKAN PEMAIN DI KALANGAN PEMUDA MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2024

Oleh

MUHAMMAD DHAFFA ADZ ZIDQY

Keterlibatan pemuda pada olahraga golf di Provinsi Lampung di tahun 2019-2022 masih rendah. Namun pada tahun 2023 terjadi peningkatan, akibat dari promosi yang dilakukan melalui instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pemain pemuda melalui instagram tahun 2024. Dengan melihat berdasarkan aspek sosiologi, yang mengacu pada teori strategi *customer bonding*, usaha untuk melakukan pendekatan dan ikatan yang erat kepada pelanggan. Jenis penelitian adalah kualitatif untuk menghasilkan temuan secara deskriptif dan mendalam, melalui sumber wawancara, observasi, dokumentasi, serta survey googleform dengan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini adalah Padang Golf Sukarame menggunakan strategi *awareness bonding* yakni strategi yang berkaitan dengan aspek sosiologi jaringan. Pengenalan terhadap perusahaan dibangun melalui jaringan media sosial instagram. Hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk membangun jaringan sosial yang luas, berkaitan dengan pengenalan perusahaan kepada pelanggan. Strategi kedua yang digunakan adalah strategi *relationship bonding* yang berkaitan dengan aspek sosiologi komunikasi dan interaksi. Sosiologi komunikasi membantu memahami bagaimana perusahaan dapat berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat. Melalui hal tersebut, informasi yang semula sulit didapatkan mengenai perusahaan, menjadi mudah didapatkan. Strategi ketiga yang digunakan adalah strategi *advocacy bonding* yang berkaitan dengan aspek sosiologi pertukaran sosial. Sosiologi pertukaran sosial membantu membangun hubungan kedekatan melalui pertukaran yang saling menguntungkan. Pelanggan yang membantu mempromosikan perusahaan, akan mendapat *reward* dari perusahaan sehingga menciptakan pertukaran keuntungan secara timbal balik. Hal tersebut membuat terjalannya loyalitas antara pelanggan kepada perusahaan untuk dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan, yang dalam hal ini adalah pemain golf pemuda.

Kata Kunci: golf, pemuda, instagram, *customer bonding*.

ABSTRACT

MANAGEMENT STRATEGY OF PADANG GOLF SUKARAME IN INCREASING YOUTH PLAYERS THROUGH INSTAGRAM IN 2024

By

MUHAMMAD DHAFFA ADZ ZIDQY

The involvement of youth in golf in Lampung Province from 2019 to 2022 remained low. However, in 2023, there was an increase due to promotions carried out via Instagram. This study aims to identify the management strategies implemented to increase the number of young golf players through Instagram in 2024, viewed from a sociological perspective based on the customer bonding strategy theory. This theory emphasizes efforts to build close connections and bonds with customers. The research is qualitative, aiming to produce descriptive and in-depth findings through sources such as interviews, observations, documentation, and Google Form surveys, with data validity ensured using source triangulation techniques. The findings of this study reveal that Sukarame Golf Course utilized three primary strategies. Awareness Bonding Strategy, this strategy pertains to the sociological aspect of networking. The company established its presence through Instagram, enabling it to build a broad social network for introducing the company to customers. Relationship Bonding Strategy, this strategy relates to the sociological aspects of communication and interaction. Sociological communication helps the company understand how to interact with customers and build strong relationships. Through this approach, previously hard-to-access information about the company becomes readily available. The third strategy used is the advocacy bonding strategy, which is related to the aspect of social exchange sociology. Social exchange sociology helps build close relationships through mutually beneficial exchanges. Customers who help promote the company will receive rewards from the company, creating a reciprocal exchange of benefits. This fosters customer loyalty to the company, ultimately helping to increase the number of customers, in this case, young golf players.

Keywords: golf, youth, instagram, customer bonding.