

ABSTRAKSI

Olahraga bulutangkis merupakan cabang olahraga yang telah berhasil mengharumkan nama bangsa Indonesia di pentas dunia. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari pembinaan dan kerja keras dari para pemain dan tentunya PBSI Pusat. Kini olahraga yang berasal dari Inggris tersebut mulai menurun prestasinya. Penurunan prestasi tersebut menyebabkan popularitas olahraga tersebut ikut menurun dikalangan masyarakat. Oleh sebab itu PBSI Pusat saat ini terus berupaya mencari metode dan inovasi untuk mengembalikan popularitas olahraga tersebut. Salah satu program yang sedang dikembangkan PBSI Pusat adalah Program Badminton. Program Badminton ini telah disosialisasikan PBSI Pusat pada tahun 2005.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis melakukan penelitian mengenai pelaksanaan sosialisasi badminton yang dilakukan PBSI Pusat pada tahun 2005. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, (1) untuk mengetahui pelaksanaan sosialisasi badminton, (2) mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat Pelaksanaan sosialisasi tersebut dan (3) Mengetahui dan mengidentifikasi media yang digunakan PBSI Pusat untuk menunjang kegiatan Sosialisasi badminton. Landasan teori yang digunakan untuk menganalisis data terdiri dari teori Difusi Inovasi dari Roger & Shoemaker yang dikutip dari berbagai sumber buku, *Social Marketing* terutama mengenai bauran promosi. Menurut Venus (2004:34) *Personal selling* dan publikasi menjadi media yang utama untuk memasarkan ide-ide sosial. dan Tahapan dalam merencanakan kegiatan sosialisasi yang dikemukakan oleh Rosady Roslan (2002:69). Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang sifatnya kualitatif. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan informan, dokumentasi dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Program badminton dapat digolongkan sebagai inovasi. Karena badminton merupakan bentuk permainan badminton yang dimodifikasi untuk anak-anak khususnya usia dibawah 10 tahun. Program ini telah disosialisasikan oleh PBSI Pusat pada tahun 2005. Dalam pelaksanaan sosialisasi badminton ini PBSI melakukan berbagai bentuk kegiatan yaitu Pertandingan Ekshibisi, Presentasi, Seminar, Road show ke lima kota dan kejuaraan badminton dan publikasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik serta membuat media internal yang terdiri dari web site, buku panduan badminton dan VCD Badminton. Kegiatan sosialisasi badminton sudah cukup bagus dengan mengkombinasikan kegiatan *personal selling* atau *face to face* dengan masyarakat dan melakukan publikasi di media massa. Namun menurut pengamatan peneliti pelaksanaan sosialisasi badminton yang dilakukan PBSI Pusat masih sebatas pada tahap pengenalan. Hal ini dikarenakan para pelatih bulutangkis dan Pengda-Pengda PBSI tidak menuruskan kegiatan sosialisasi badminton ke masyarakat di daerah nya atau lingkungannya. Dengan demikian Proses sosialisasi badminton pada tahun 2005 tersebut masih berjalan satu tahap yaitu dari PBSI Pusat ke Pengda-Pengda PBSI atau Klub-Klub padahal proses sosialisasi yang berkaitan dengan ide social membutuhkan proses komunikasi dua tahap atau banyak tahap. Hal tersebut disebabkan oleh tidak berjalannya peran