



<http://www.upy.ac.id>

UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Jl. PGRI I Sonosewu No. 117 Yogyakarta - 55182 Telp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax. (0274) 376808

E-mail : info@upy.ac.id

PETIKAN

KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Nomor : 026-24/SK/REKTOR-UPY/III/2025

Tentang

**PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH SEMESTER GENAP
TAHUN AKADEMIK 2024/2025 DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Menimbang : dst.
Mengingat : dst.
Memperhatikan: dst.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025
DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Pertama : Mengangkat Saudara yang namanya tersebut pada lajur 2 Lampiran keputusan ini sebagai
Dosen Pengampu Mata Kuliah pada Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025.

Kedua : Menugaskan kepada para Dosen Pengampu Mata Kuliah dimaksud untuk melaksanakan
pembelajaran matakuliah sebagaimana tercantum pada lajur 3 lampiran keputusan ini dengan
sebaik-baiknya dan kepada yang bersangkutan diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan
yang berlaku di UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatunya
akan ditinjau kembali apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

PETIKAN Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta

Pada tanggal : 01 Maret 2025

Rektor,

ttd

Prof. Dr. Ir. Paiman, M.P

NIS. 19650916 199503 1 003

Untuk Petikan yang sah
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan

Ahmad Riyadi, S.Si, M.Kom

NIS. 19690214 199812 1 006

Tembusan disampaikan kepada :

1. Para Wakil Rektor
2. Para Dekan
3. Para Ketua Program Sarjana
4. Para Ketua Program Magister

Lampiran Keputusan Rektor Universitas PGRI Yogyakarta

Nomor : 026.2.1 /SK/REKTOR-UPY/ III /2025

Tanggal : 01 Maret 2025

NO.	NAMA PENGAJAR & NIDN	MATA KULIAH	KODE MK	SKS	SEMESTER/ KELAS	PROGRAM
1. s.d 257						
258	Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P 0521048401	Olahraga petualangan Komunikasi Olahraga Sport Event	T16435 T16549 T16551	2 2 1	IV / A1, A2 VI / A1 VI / A1	Program Sarjana Ilmu Keolahragaan Program Sarjana Ilmu Keolahragaan Program Sarjana Ilmu Keolahragaan
259 Dst.						



Untuk Petikan yang sah:

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan

Ahmad Rivadi, S.Si., M.Kom

NIS. 19690214 199812 1 006

Rektor

ttd

Prof. Dr. Ir. Paiman, M.P

NIS. 19650916 199503 1 003

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

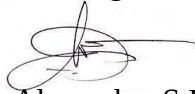


**UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
TAHUN 2025/2026**

HALAMAN PENGESAHAN

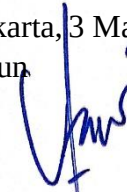
1. Judul RPS : Komunikasi Olahraga
2. Pelaksana/Penulis
 - a. Nama Lengkap & Gelar : Danarstuti Utami., M.Or., AIFO-P
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. Pangkat/Golongan : Panata Muda Tk. I/IIIb
 - d. NIS : 198404212022062005
 - e. Program Sarjana/Fakultas : Ilmu Keolahragaan / Fakultas Sains dan Teknologi
 - f. Telepon/Faks/E-mail/HP : danarstutiutami@upy.ac.id/ 081227117400
3. Pembiayaan
 - a. Sumber Dana : -
 - b. Jumlah Biaya : -

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Bimo Alexander, S.Pd., M.Or.,
AIFMO-P NIS. 19901103 202206 1
006

Yogyakarta, 3 Maret 2025
Penyusun



Danarstuti Utami., M.Or., AIFO-P
NIS. 198404212022062005

1. Deskripsi RPS Terintegrasi Penelitian dan atau Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dan atau Implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Nama Mata Kuliah (MK) dan Kode MK		Komunikasi Olahraga (T16649)
Nama Dosen dan NIDN		Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P (0521048401)
Pembelajaran Terintegrasi dengan Kegiatan Penelitian		
a	Judul Penelitian	Pengembangan Pemanduan Bakat Olahragawan Olahraga Judo Usia 10 - 13 Tahun
b	Tim Peneliti	Danarstuti Utami, Agus Pribadi, Priska Dyana Kristi
c	Waktu Penelitian	01 September – 15 November 2023
d	Hasil penelitian dipublikasikan di	Jurnal Nasional (IJST)
e	Hasil penelitian dibelajarkan pada pertemuan ke-	10
f	Untuk mencapai CPL MK	CPMK1
Pembelajaran Terintegrasi dengan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat		
a	Judul Pengabdian Masyarakat	Testor Kondisi Fisik Judo Kabupaten Bantul
b	Tim Pengabdi	Danarstuti Utami, Danarstuti Utami, Priska Dyana Kristi
c	Waktu Pengabdian	24 Agustus 2024
d	Hasil PkM dibelajarkan pada pertemuanke-	3
e	Untuk mencapai CPL MK	CPMK1
Sifat RPS ini adalah sebagai berikut :		
No	Sifat RPS	Keterangan

1	Interaktif	Diskusi dan tanya jawab																				
2	Holistik	Dapat digunakan secara luas oleh akademisi dan praktisi																				
3	Integratif	Terhubung antara pembelajaran, penelitian dan pengabdian																				
4	Saintifik	Kajian berbasis ilmiah																				
5	Kontekstual	Sesuai dengan kajian bidang keilmuan																				
6	Tematik	Sesuai dengan Visi dan Misi Universitas																				
7	Efektif	Dapat digunakan dalam kurikulum MBKM																				
8	Kolaboratif	Dapat berkolaborasi dengan mahasiswa dan mitra																				
9	Berpusat Pada Mahasiswa	Best Metode learning																				
Pembelajaran Terkonversi MBKM																						
	Bentuk Kegiatan Pembelajaran MBKM	Lingkari No. BKP yang sesuai <table><tr><td>1</td><td>Pertukaran Pelajar</td><td>6</td><td>KKN Desa</td></tr><tr><td>2</td><td>KKN Tematik</td><td>7✓</td><td>Program Kemanusiaan</td></tr><tr><td>3</td><td>Magang</td><td>8</td><td>Asistensi Mengajar</td></tr><tr><td>4</td><td>KKN Desa</td><td>9</td><td></td></tr><tr><td>5✓</td><td>Study Independen</td><td>10</td><td></td></tr></table>	1	Pertukaran Pelajar	6	KKN Desa	2	KKN Tematik	7✓	Program Kemanusiaan	3	Magang	8	Asistensi Mengajar	4	KKN Desa	9		5✓	Study Independen	10	
1	Pertukaran Pelajar	6	KKN Desa																			
2	KKN Tematik	7✓	Program Kemanusiaan																			
3	Magang	8	Asistensi Mengajar																			
4	KKN Desa	9																				
5✓	Study Independen	10																				
	Mata Kuliah ini untuk Mencapai Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Prodi	1. S1 Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religious. 2. S2 Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika. 3. S4 Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa. 4. S5 Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain																				

		5. S8 Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik 6. P4 Mampu menjadi penggerak dan pengelola keolahragaan diberbagai bidang pekerjaan yang didukung kemampuan menganalisa permasalahan keolahragaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaan terkini 7. KU1 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya 8. KU2 Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur 9. KU5 Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data 10. KU6 Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya 11. KK5 Mampu mengaplikasikan pengetahuan ilmu keolahragaan dalam bidang komunikasi dan informasi 12. KK8 Mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri di bidang keolahragaan
	Mitra	PJSI Kabupaten Bantul

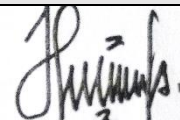


UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN

Jl. IKIP PGRI I Sonosewu No.117, Sonosewu, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
55182

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Komunikasi Olahraga		T16649	SOSIOKINETIKA	T= 2	P=	6	3 Maret 2025
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
		 Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P		 Agus Priyadi, M.Or		 Bimo Alexander, S.Pd., M.Or., AIFMO-P	
paian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	S1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religious.					
	S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika					
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa.					
	S5	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain					
	S8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik					
	P4	Mampu menjadi penggerak dan pengelola keolahragaan diberbagai bidang pekerjaan yang didukung kemampuan menganalisa permasalahan keolahragaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaan terkini					
	KU 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya					
	KU 2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur					
	KU 5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data					
	KU 6	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya					
	KK 5	Mampu mengaplikasikan pengetahuan ilmu keolahragaan dalam bidang komunikasi dan informasi					
	KK 8	Mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri di bidang keolahragaan					

	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK	1. Menerapkan teori dan prinsip komunikasi dalam konteks kegiatan olahraga dan rekreasi. 2. Menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga. 3. Mengevaluasi dampak komunikasi dalam tim dan antar pemangku kepentingan di bidang olahraga. 4. Menciptakan strategi komunikasi inovatif untuk meningkatkan kinerja dan kohesi tim olahraga. 5. Menerapkan teknik komunikasi efektif untuk promosi dan manajemen event olahraga. 6. Menganalisis peran media dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap olahraga. 7. Mengevaluasi etika dan hukum yang berlaku dalam komunikasi olahraga. 8. Menciptakan konten media yang inovatif dan etis untuk kegiatan olahraga. 9. Menerapkan pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mengatasi konflik dalam tim olahraga. 10. Menganalisis dan mengevaluasi strategi komunikasi dalam pemasaran olahraga.
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menerapkan, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan teori dan prinsip komunikasi dalam konteks kegiatan olahraga dan rekreasi, efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga, dampak komunikasi dalam tim dan antar pemangku kepentingan di bidang olahraga, strategi komunikasi inovatif untuk meningkatkan kinerja dan kohesi tim olahraga, teknik komunikasi efektif untuk promosi dan manajemen event olahraga, peran media dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap olahraga. etika dan hukum yang berlaku dalam komunikasi olahraga, konten media yang inovatif dan etis untuk kegiatan olahraga, pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mengatasi konflik dalam tim olahraga, strategi komunikasi dalam pemasaran olahraga
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Komunikasi Olahraga pada jenjang S1 program studi Ilmu Keolahragaan bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya komunikasi dalam dunia olahraga. Mahasiswa akan mempelajari teori-teori komunikasi yang relevan dengan konteks olahraga, serta penerapannya dalam berbagai situasi seperti media massa, manajemen acara olahraga, dan hubungan antar individu dalam tim olahraga. Ruang lingkup mata kuliah ini mencakup pembelajaran tentang strategi komunikasi efektif, penulisan berita olahraga, presentasi publik, serta analisis kasus-kasus komunikasi dalam dunia olahraga. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik dan dapat diterapkan dalam konteks keolahragaan..	

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. Prinsip komunikasi dalam konteks kegiatan olahraga dan rekreasi. 2. Efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga. 3. Dampak komunikasi dalam tim dan antar pemangku kepentingan di bidang olahraga. 4. Strategi komunikasi inovatif untuk meningkatkan kinerja dan kohesi tim olahraga. 5. Teknik komunikasi efektif untuk promosi dan manajemen event olahraga. 6. Peran media dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap olahraga. 7. Etika dan hukum yang berlaku dalam komunikasi olahraga. 8. Konten media yang inovatif dan etis untuk kegiatan olahraga. 9. Pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mengatasi konflik dalam tim olahraga. 10. Strategi komunikasi dalam pemasaran olahraga.		
Pustaka	<table border="1" data-bbox="360 600 2204 639"> <tr> <td data-bbox="360 600 533 639">Utama :</td><td data-bbox="533 600 2204 639"></td></tr> </table> 1. Paul M. Pedersen, Kimberly S. Miloch dan Pamela C. Laucella, <i>Strategic Sport Communication, Human Kinetics, 2007</i> 2. Andrew C. Billings, Michael L. Butterworth, dan Paul D. Turman, <i>Communication and sport: Surveying the Field</i>, Singapore: Sage Publication, 2011 3. Pedersen, P. M., Miloch, K. S., Laucella, P. C. (2007). <i>Strategic Sport Communication</i>. United Kingdom: Human Kinetics. 4. Routledge Handbook of Sport Communication. (2013). United Kingdom: Routledge. 5. Hopwood, M., Skinner, J., Kitchin, P. (2012). <i>Sport Public Relations and Communication</i>. Netherlands: Taylor & Francis. 6. Coombs, W. T., Harker, J. L. (2021). <i>Strategic Sport Communication: Traditional and Transmedia Strategies for a Global Sports Market</i>. United Kingdom: Taylor & Francis 7. Dani Vardiansyah, Pengantar Ilmu Komunikasi; <i>Pendekatan Taksonomi Konseptual</i>, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004 8. Rosmawaty, Mengenal Ilmu Komunikasi, Bandung: Widya Padjadjaran, 2010 9. Riswandi, Ilmu Komunikasi, Jakarta: Graha Buana, 2009	Utama :	
Utama :			
Dosen Pengampu	Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P		
Matakuliah syarat	-		

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1-2	Mampu mengaplikasikan teori dan prinsip komunikasi dalam situasi kegiatan olahraga dan rekreasi secara efektif dan efisien.	• Teori komunikasi diterapkan dengan tepat • Prinsip komunikasi terintegrasi dalam konteks olahraga • Kemampuan berkomunikasi dalam kegiatan olahraga terlihat	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab		Diskusi daring tentang penerapan teori komunikasi dalam olahraga Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')	Teori Komunikasi, Prinsip Komunikasi dalam Olahraga, Studi Kasus Komunikasi dalam Kegiatan Olahraga	5%
3-4	Mampu menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga	• Analisis strategi komunikasi yang tepat • Evaluasi efektivitas strategi komunikasi • Penerapan konsep	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab		Diskusi daring tentang penerapan teori komunikasi dalam olahraga	Teori komunikasi dalam olahraga, Studi kasus strategi komunikasi dalam olahraga, Evaluasi efektivitas strategi komunikasi	5%

		komunikasi dalam olahraga			Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		
5-6	Mampu menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga	• Analisis strategi komunikasi dalam situasi olahraga tertentu • Evaluasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan • Menyusun rekomendasi perbaikan strategi komunikasi	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab		menulis apa yang tidak tepat Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')	Teori Komunikasi dalam Olahraga, Studi Kasus Strategi Komunikasi dalam Olahraga, Analisis Video Komunikasi Dalam Olahraga	5%
7	Mampu menciptakan strategi komunikasi inovatif yang dapat meningkatkan kinerja dan kohesi tim olahraga.	• Strategi komunikasi inovatif • kinerja tim olahraga • kohesi tim	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab		Diskusi daring tentang studi kasus strategi komunikasi dalam olahraga Alokasi waktu:	Teori Komunikasi, Strategi Komunikasi Dalam Olahraga, Studi Kasus Tim Olahraga	5%

					TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		
8	Mampu mengaplikasikan teknik komunikasi efektif dalam promosi dan manajemen event olahraga.	• Penggunaan bahasa yang jelas dan persuasif • Kemampuan menyampaikan informasi dengan menarik • Penerapan strategi komunikasi yang tepat	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab	Teori analisis strategi komunikasi dalam olahraga Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		Pengertian komunikasi efektif, Strategi komunikasi dalam promosi event olahraga, Teknik komunikasi dalam manajemen event olahraga	5%
9-10	Mampu menerapkan teknik komunikasi efektif untuk promosi dan manajemen event olahraga.	• Teknik komunikasi efektif • promosi event olahraga • manajemen event olahraga	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab	Teori penerapan strategi komunikasi inovatif dalam olahraga Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		Pengertian Teknik komunikasi efektif, Strategi promosi event olahraga, Manajemen event olahraga	5%
11	Mampu menganalisis secara kritis dan mendalam peran media dalam memengaruhi persepsi publik terhadap olahraga.	Analisis peran media dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap olahraga	Pemaparan materi, diskusi, tanya jawab	Teori penerapan Teknik komunikasi efektif dalam event olahraga Alokasi waktu: TM: (2 X 50')		Teori komunikasi massa dalam olahraga, Studi kasus pengaruh Media terhadap olahraga, Analisis konten media olahraga	5%

				BM: (2 x 60')			
12	Mampu mengevaluasi dan menerapkan prinsip etika serta hukum yang berlaku dalam komunikasi olahraga, sehingga dapat berkomunikasi secara profesional dan bertanggung jawab dalam dunia olahraga.	• Etika dalam komunikasi olahraga • Penerapan hukum dalam konteks komunikasi olahraga • Analisis studi kasus terkait etika dan hukum	Pemaparan materi,diskusi, tanya jawab	Diskusi kelompok, studi kasus, presentasi Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		Prinsip Etika dalam Komunikasi Olahraga, Peraturan Hukum yang Berlaku, Studi Kasus Etika dan Hukum dalam Komunikasi Olahraga	5%
13	Mampu menghasilkan konten media yang kreatif, inovatif, dan etis untuk mendukung kegiatan olahraga.	• Kreativitas dalam pembuatan konten media • Kesesuaian dengan etika dalam kegiatan olahraga	Pemaparan materi,diskusi, tanya jawab	Pembelajaran Berbasis Proyek. Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		Prinsip Konten Media Inovatif, Etika dalam Kegiatan Olahraga, Teknik Pembuatan Konten Media	5%
14-15	mampu mengidentifikasi konflik dalam tim olahraga, memilih pendekatan komunikasi yang tepat, dan mengimplementasikannya untuk menyelesaikan konflik dengan efektif.	• Konflik diidentifikasi dengan tepat • Pendekatan komunikasi dipilih secara tepat • konflik dalam tim olahraga terselesaikan dengan efektif	Pemaparan materi,diskusi, tanya jawab	Diskusi kelompok, studi kasus, role play. Alokasi waktu: TM: (2 X 50') BM: (2 x 60')		Materi: Pengertian konflik dalam tim olahraga, Pendekatan komunikasi dalam Penyelesaian konflik, Studi kasus konflik dalam tim olahraga	5%
16	UAS						UAS: 50%

Bobot Penilaian:

Kehadiran	10%
Sikap	10%
Penugasan	30%
UAS	50%
TOTAL	100%

a. Penilaian Kehadiran:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jumlah kehadiran yang diperoleh}}{\text{Jumlah kehadiran maksimal 16 pertemuan}} \times 5$$

Skor maksimal 5

b. Sikap

No	Indikator Penilaian Sikap	Nilai
1	Tanggung jawab	3
2	Berani mengemukakan pendapat	3
3	Berani mencoba hal baru	3
4	Bertuturkata baik terhadap pengajar	3
5	Tidak mudah putus asa	3
Total		15

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jumlah yang diperoleh}}{\text{Jumlah maksimal}} \times 15$$

Skor maksimal 15

c. Penugasan

No	Indikator Penilaian Penugasan	Nilai
1	Case Methode makalah	10
2	Case Methode program	10
3	Case Methode laporan/produk	10
Total		30

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jumlah yang diperoleh}}{\text{Jumlah maksimal}} \times 30$$

Skor maksimal 30

d. UAS

No	Indikator Penilaian UAS	Nilai
1	Pemahaman ruang lingkup deskripsi mata kuliah	10
2	Penjabaran deskripsi mata kuliah	10
3	Menganalisa permasalahan dalam lingkup olahraga	10
4	Mengevaluasi permasalahan dalam lingkup olahraga	10
5	Memberi solusi atas permasalahan yang ada	10
Total		50

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jumlah yang diperoleh}}{\text{Jumlah maksimal}} \times 50$$

Skor maksimal 50

Learning Contract Dosen dan Mahasiswa pada:

- a. Kehadiran.
 - Kehadiran harus 75%. Ketidakhadiran lebih dari 3 kali tanpa keterangan diberikan nilai **E**.
 - Keterlambatan lebih dari 15 menit mahasiswa diperbolehkan masuk namun dihitung **ALPA**. Mahasiswa diperbolehkan meninggalkan kelas bila pengajar tanpa keterangan terlambat lebih dari 15 menit. Make-up kelas akan dilaksanakan sesuai kesepakatan antar dosen-mahasiswa.
- b. Tidak ada tugas tambahan pengganti untuk ketidakhadiran di kelas tanpa keterangan
- c. Surat Ijin atau surat sakit diberikan maksimal 3 hari. Ketika ijin/sakit ketika jadwal presentasi maka nilai presentasi dikurangi
- d. Tata Busana
 - Teori → Mahasiswa wajib berpakaian sopan dan rapi (kemeja/ Kaos Berkerah) BUKAN KAOS OBLONG, celana/rok rapih dengan sepatu.
 - Praktek → Mahasiswa wajib berpakaian olahraga (seragam) dan menggunakan sepatu olahraga
- e. Penanggung Jawab (PJ) → akan mendapatkan tambahan nilai. Saat perkuliahan dan jika ada *makeup class*, ketua yang wajib berkoordinasi dengan mahasiswa dan dosen.
- f. Transparansi nilai dilayani setelah 1 minggu kuliah berakhir pada Dosen Pengampu Mata Kuliah.
- g. Nilai yang diberikan dosen mata kuliah kepada mahasiswa bersifat mutlak, tapi bisa dirubah jika dirasa kurang ‘tepat’ oleh Ketua Program Studi



**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

KONTRAK PERKULIAHAN

Nama Dosen : Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P
Mata Kuliah : Komunikasi Olahraga
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Kelas/Angkatan : A/2022
Semester : 6 (Enam)
Tahun Akademik : 2025/2026
Kode Mata Kuliah : T16649

Deksripsi Mata Kuliah :

Mata kuliah Komunikasi Olahraga pada jenjang S1 program studi Ilmu Keolahragaan bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya komunikasi dalam dunia olahraga. Mahasiswa akan mempelajari teori-teori komunikasi yang relevan dengan konteks olahraga, serta penerapannya dalam berbagai situasi seperti media massa, manajemen acara olahraga, dan hubungan antar individu dalam tim olahraga. Ruang lingkup mata kuliah ini mencakup pembelajaran tentang strategi komunikasi efektif, penulisan berita olahraga, presentasi publik, serta analisis kasus-kasus komunikasi dalam dunia olahraga. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik dan dapat diterapkan dalam konteks keolahragaan

Capaian Pembelajaran Program Studi:

- Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religious.
- Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika
- Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa
- Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain
- Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik
- Mampu menjadi penggerak dan pengelola keolahragaan diberbagai bidang pekerjaan yang didukung kemampuan menganalisa permasalahan keolahragaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaan terkini
- Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya

- Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur
- Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data
- Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya
- Mampu mengaplikasikan pengetahuan ilmu keolahragaan dalam bidang komunikasi dan informasi
- Mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri di bidang keolahragaan

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah :

1. Menerapkan teori dan prinsip komunikasi dalam konteks kegiatan olahraga dan rekreasi.
2. Menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam berbagai situasi olahraga.
3. Mengevaluasi dampak komunikasi dalam tim dan antar pemangku kepentingan di bidang olahraga.
4. Menciptakan strategi komunikasi inovatif untuk meningkatkan kinerja dan kohesi tim olahraga.
5. Menerapkan teknik komunikasi efektif untuk promosi dan manajemen event olahraga.
6. Menganalisis peran media dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap olahraga.
7. Mengevaluasi etika dan hukum yang berlaku dalam komunikasi olahraga.
8. Menciptakan konten media yang inovatif dan etis untuk kegiatan olahraga.
9. Menerapkan pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mengatasi konflik dalam tim olahraga.
10. Menganalisis dan mengevaluasi strategi komunikasi dalam pemasaran olahraga

Daftar Rujukan:

1. Paul M. Pedersen, Kimberly S. Miloch dan Pamela C. Laucella, Strategic Sport Communication, Human Kinetics, 2007
2. Andrew C. Billings, Michael L. Butterworth, dan Paul D. Turman, Communication and sport: Surveying the Field, Singapore: Sage Publication, 2011
3. Pedersen, P. M., Miloch, K. S., Laucella, P. C. (2007). Strategic Sport Communication. United Kingdom: Human Kinetics.
4. Routledge Handbook of Sport Communication. (2013). United Kingdom: Routledge.
5. Hopwood, M., Skinner, J., Kitchin, P. (2012). Sport Public Relations and Communication. Netherlands: Taylor & Francis.
6. Coombs, W. T., Harker, J. L. (2021). Strategic Sport Communication: Traditional and Transmedia Strategies for a Global Sports Market. United Kingdom: Taylor & Francis
7. Dani Vardiansyah, Pengantar Ilmu Komunikasi; Pendekatan Taksonomi Konseptual, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004
8. Rosmawaty, Mengenal Ilmu Komunikasi, Bandung: Widya Padjadjaran, 2010
9. Riswandi, Ilmu Komunikasi, Jakarta: Graha Buana, 2009

Ketentuan/Kesepakatan:

- a. Kehadiran.
 - Kehadiran harus 80%. Ketidakhadiran lebih dari 3 kali tanpa keterangan diberikan nilai **E**.
 - Keterlambatan lebih dari 15 menit mahasiswa diperbolehkan masuk namun dihitung **ALPA**. Mahasiswa diperbolehkan meninggalkan kelas bila pengajar tanpa keterangan terlambat lebih dari 15 menit. *Make-up* kelas akan dilaksanakan sesuai kesepakatan antar dosen-mahasiswa.
 - Tidak ada tugas tambahan untuk ketidakhadiran di kelas. (jika tanpa keterangan nilai langsung 0)
- b. Surat Ijin
 - Surat ijin atau surat sakit diberikan maksimal 2 hari. Ketika ijin/sakit/alpa ketika jadwal presentasi maka nilai presentasi nol. Tidak ada tugas tambahan.
- c. Tata Busana
 - Teori → Mahasiswa wajib berpakaian sopan dan rapi (kemeja/ Kaos Berkerah) BUKAN KAOS OBLONG, celana/rok rapih dengan sepatu.
 - Praktek → Mahasiswa wajib berpakaian olahraga (seragam) dan menggunakan sepatu olahraga
- d. Mahasiswa tidak boleh menggunakan *handphone* di kelas dan lapangan apabila melanggar akan diberikan sanksi.
- e. KETUA → akan mendapatkan tambahan nilai. Saat perkuliahan dan jika ada *makeup class*, ketua yang wajib berkoordinasi dengan mahasiswa dan dosen.
- f. Transparansi dilayani setelah 1 minggu kuliah berakhir di Dosen Pengampu.
- g. Semua indikator penilaian TIDAK ADA REMIDIAL

Penilaian Hasil Belajar

Kehadiran	10%
Sikap	10%
Penugasan	30%
UAS	50%
TOTAL	100%

Ketua Program Studi

(Bimo Alexander, M.Or)
NIS. 199011032022061006

Dosen Pengampu

(Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P)
NIS. 198404212022062005

Yogyakarta, 3 Maret 2025

Ketua Kelas/Angkatan

(Rafid Abiyyu Tritida)
NPM. 22101600029



KOMUNIKASI OLAHRAGA



DANARSTUTI UTAMI, M.Or., AIFO-P

REFERENSI

- Paul M. Pedersen, Kimberly S. Miloch dan Pamela C. Laucella, *Strategic Sport Communication, Human Kinetics, 2007*
- Andrew C. Billings, Michael L. Butterworth, dan Paul D. Turman, *Communication and sport: Surveying the Field*, Singapore: Sage Publication, 201
- Pedersen, P. M., Miloch, K. S., Laucella, P. C. (2007). *Strategic Sport Communication*. United Kingdom: Human Kinetics.
- Routledge Handbook of Sport Communication. (2013). United Kingdom: Routledge.
- Hopwood, M., Skinner, J., Kitchin, P. (2012). *Sport Public Relations and Communication*. Netherlands: Taylor & Francis.
- Coombs, W. T., Harker, J. L. (2021). *Strategic Sport Communication: Traditional and Transmedia Strategies for a Global Sports Market*. United Kingdom: Taylor & Francis
- Dani Vardiansyah, Pengantar Ilmu Komunikasi; *Pendekatan Taksonomi Konseptual*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004
- Rosmawaty, Mengenal Ilmu Komunikasi, Bandung: Widya Padjadjaran, 2010
- Riswandi, Ilmu Komunikasi, Jakarta: Graha Buana, 2009

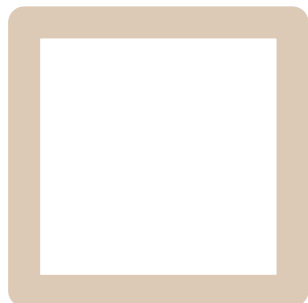
PETA KONSEP





TEORI KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan salah satu bagian paling penting bagi kehidupan manusia. Perlu kita ketahui bersama, bahwa manusia adalah makhluk sosial yang tak dapat hidup sendiri. Mereka senantiasa memerlukan bantuan orang lain. Hal yang paling penting di dalam menjalin hubungan bersama orang lain ini ialah komunikasi.



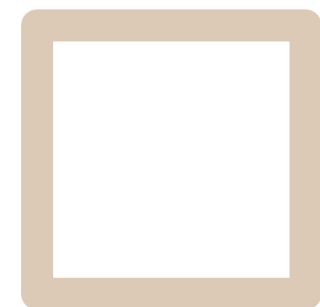
DEFINISI TEORI KOMUNIKASI

MENURUT PARA AHLI

- **Harold Lasswell (1948)** "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu."
- **Wilbur Schramm (1954)** "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau sikap orang lain."
- **Carl Hovland (1953)** "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap, atau perilaku orang lain."
- **Everett M. Rogers (1962)** "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau sikap orang lain, dan mempercepat proses perubahan sosial."
- **Joseph A. DeVito (2013)** "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau sikap orang lain, dan membangun hubungan yang efektif."

Dari definisi para ahli tadi, dapat dilihat bahwa teori komunikasi memiliki beberapa elemen penting, yaitu :

- Proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan
- Saluran komunikasi
- Tujuan komunikasi (mempengaruhi perilaku atau sikap orang lain)
- Hubungan antara komunikator dan komunikan



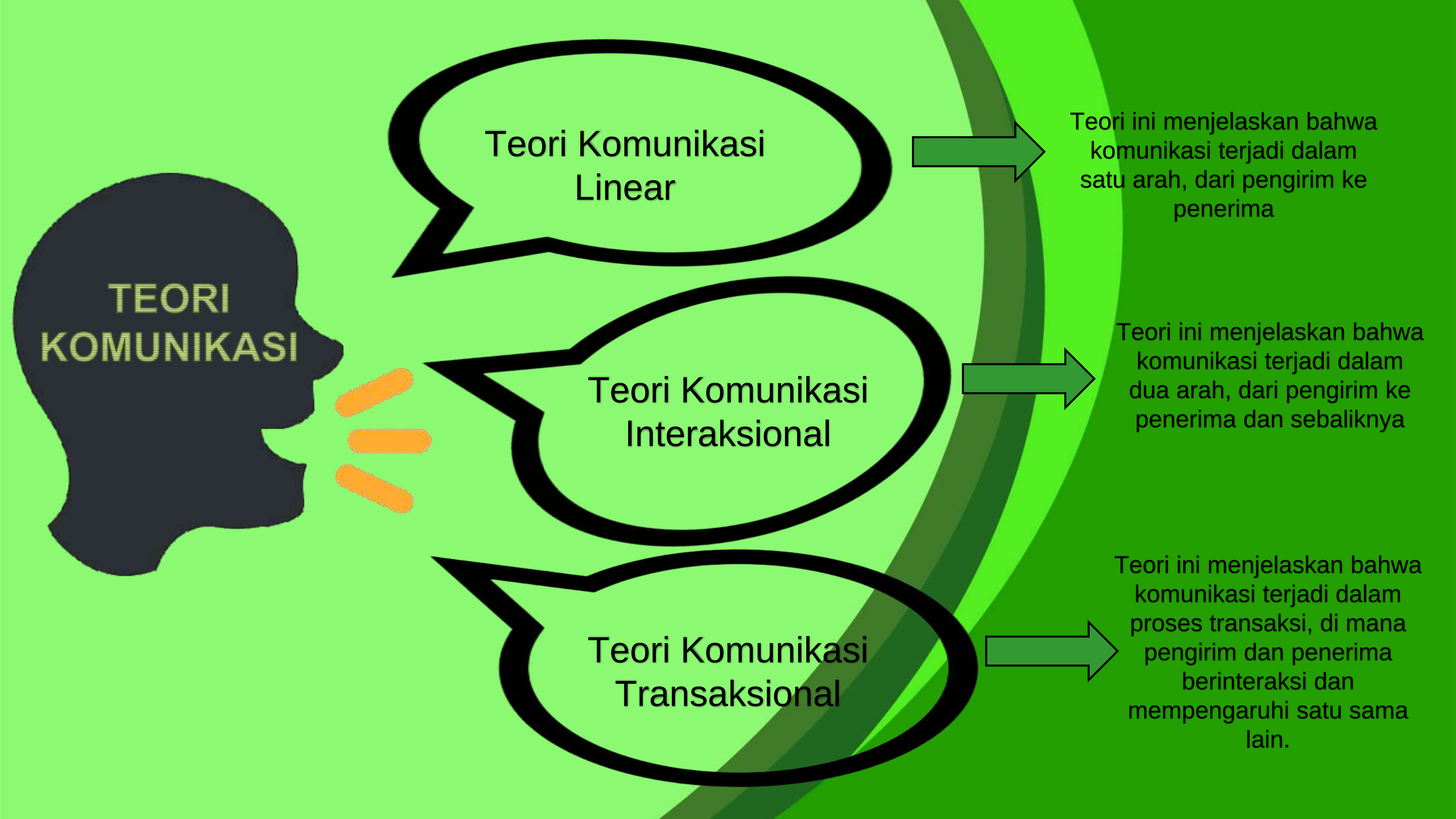
"Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku, sikap, atau kinerja orang lain dalam konteks olahraga dan aktivitas fisik."

(Buku "Human Kinetics", halaman 234)

Dengan memahami definisi-definisi teori komunikasi, kita dapat memahami lebih baik tentang proses komunikasi dan bagaimana kita dapat berkomunikasi secara efektif dan efisien.



TEORI KOMUNIKASI



```
graph LR; A[TEORI KOMUNIKASI] --> B[Teori Komunikasi Linear]; A --> C[Teori Komunikasi Interaksional]; A --> D[Teori Komunikasi Transaksional]; B --> E[Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam satu arah, dari pengirim ke penerima]; C --> F[Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam dua arah, dari pengirim ke penerima dan sebaliknya]; D --> G[Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam proses transaksi, di mana pengirim dan penerima berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain.];
```

Teori Komunikasi
Linear

Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam satu arah, dari pengirim ke penerima

Teori Komunikasi
Interaksional

Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam dua arah, dari pengirim ke penerima dan sebaliknya

Teori Komunikasi
Transaksional

Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam proses transaksi, di mana pengirim dan penerima berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain.

KOMUNIKASI DALAM OLAH RAGA

KESABARAN

Komunikasi harus dilakukan dengan sabar dan tidak terburu-buru

Menghindari komunikasi yang terlalu cepat atau tidak jelas

PENGUNAAN BAHASA YANG TEPAT

Menggunakan bahasa yang tepat dan sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi

Menghindari penggunaan bahasa yang tidak tepat atau tidak sesuai

PENGUNAAN MEDIA YANG TEPAT

Menggunakan media yang tepat dan sesuai dengan tujuan komunikasi dan karakteristik

Menghindari penggunaan media yang tidak tepat atau tidak sesuai

UMPA BALIK

Komunikasi harus dilakukan dengan mempertimbangkan umpan balik

Menghindari komunikasi yang tidak mempertimbangkan umpan balik dari

EVALUASI

Komunikasi harus dilakukan dengan evaluasi yang terus-menerus

Menghindari komunikasi yang tidak dievaluasi atau tidak diperbaiki.

P R I N S I P

KLARITAS

Pesan harus jelas dan mudah dipahami
Menggunakan bahasa yang sederhana dan tidak berbelit-belit

KESEDERHANAAN

Pesan harus sederhana dan tidak rumit
Menghindari penggunaan istilah teknis yang tidak dikenal

KETEPATAN

Pesan harus tepat waktu dan relevan

EMPATI

Menggunakan bahasa yang sensitif dan mempertimbangkan Perasaan dan menghindari komunikasi yang kasar atau tidak sopan

KETERBUKAAN

Komunikasi harus terbuka dan jujur dan transparan

STUDI KASUS

KOMUNIKASI DALAM OLAHRAGA

Komunikasi Antara Pelatih dan
Pemain
Komunikasi Antara Pemain
Komunikasi dengan Wasit





CONTOH KASUS

Dalam pertandingan sepak bola, pelatih harus dapat berkomunikasi efektif dengan pemain untuk memberikan instruksi tentang strategi dan taktik.



Dalam pertandingan bola basket, pemain harus dapat berkomunikasi efektif dengan rekan tim untuk mencapai tujuan bersama dan memenangkan pertandingan.



Dalam sebuah pertandingan sepak bola, seorang pemain merasa bahwa wasit telah membuat kesalahan dalam memberikan kartu merah kepada rekan timnya. Pemain tersebut merasa bahwa kartu merah tersebut tidak adil dan berusaha untuk berkomunikasi dengan wasit untuk memprotes keputusan tersebut.

Dengan memahami teori komunikasi, prinsip komunikasi dalam olahraga, dan studi kasus komunikasi dalam kegiatan olahraga, kita dapat meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan dalam kegiatan olahraga



Komunikasi yang melibatkan banyak orang. Beberapa ahli mengatakan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa.
Contohnya : Promosi/pemasaran olahraga, demonstrasi, kampanye politik dll



Komunikasi yang berlangsung dalam suatu kelompok.
Misalnya : diskusi, seminar, sidang kelompok dan sebagainya



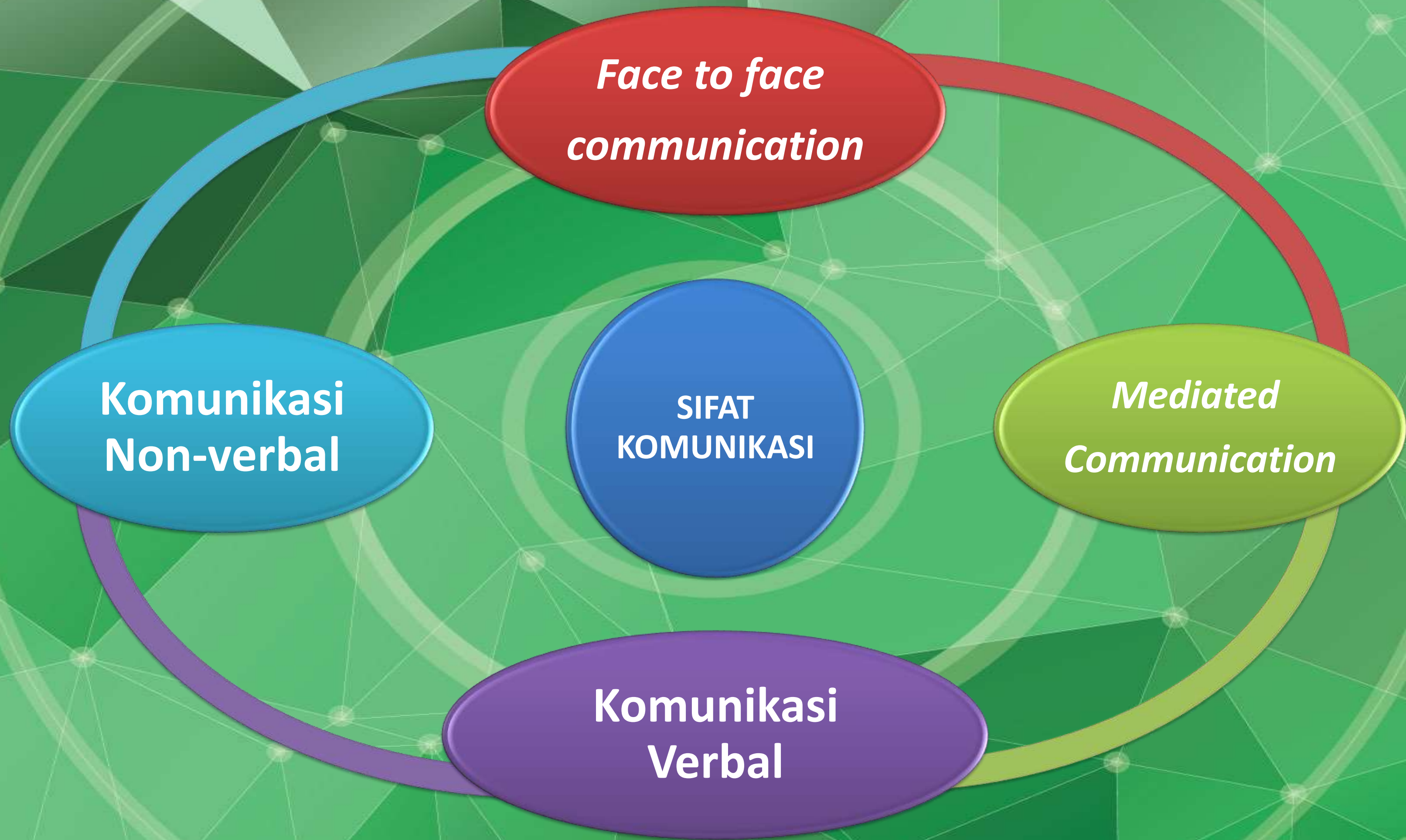
BENTUK
KOMUNIKASI

Intrapersonal
Communication

Antarpersonal
Communication

Proses komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri.
Misalnya : proses berpikir untuk memecahkan masalah pribadi

Komunikasi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain, bisa berlangsung secara tatap muka (*face to face*) maupun dengan bantuan media.
Contoh : percakapan tatap muka, percakapan telepon, video call, sms atau aplikasi pesan lain, email dll



KOMUNIKASI TATAP MUKA (*face to face communication*)

Memiliki berbagai akibat atau efek

Bersifat personal

Berdasarkan syarat yang berlaku seperti waktu, tempat, dan lawan bicara

Kedekatan hubungan seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat

Mengekspresikan pikiran dan perasaan

Berada dalam jarak yang dekat

Melibatkan dua orang

Mengirim dan menerima pesan

CIRI

mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain

membangun dan mempertahankan hubungan sosial

Keberhasilan untuk menolong seseorang secara profesional atau bukan

Untuk bermain, berdiskusi tentang hobi, dan menceritakan lelucon, dll

Belajar untuk mengerti, memahami, dan merespon

TUJUAN





KOMUNIKASI BERMEDIA (*mediated communication*)



CIRI

TUJUAN

Komunikasi tidak harus berada di satu tempat yang sama

Tidak perlu mengadakan pertemuan secara langsung

komunikator dan komunikan berada pada jarak yang terpisah

Menggunakan media sebagai perantara :

- Telephone, dengan fasilitas internet (*social network, email, chatting, messenger*, dan aplikasi pendukung komunikasi interpersonal lainnya)
- Pager, radio komunikasi, fasilitas teknologi lain (video call dengan akses 5G misalnya, video conference, dan lain sebagainya)

Menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas

Sebagai sarana komunikasi jarak jauh ataupun sekedar mengunggah foto-foto pribadi untuk diperlihatkan pada orang lain

Membentuk hubungan personal dalam dunia virtual

Sebagai alat untuk menyebarkan informasi, melalui media massa, baik media cetak maupun elektronik

Media untuk penyampaian pesan untuk berbagai tujuan



CIRI-CIRI KOMUNIKASI VERBAL



Berkaitan dengan kata dan makna



Dikirim dengan jelas dan diterima dan diinterpretasikan dengan benar



Memilih waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan pesan verbal



Mengkomunikasikan berbagai pesan dengan menggunakan simbol yang dapat dimengerti



Menggunakan kata-kata dari satu atau lebih bahasa



Disampaikan melalui media, baik lisan maupun tulisan

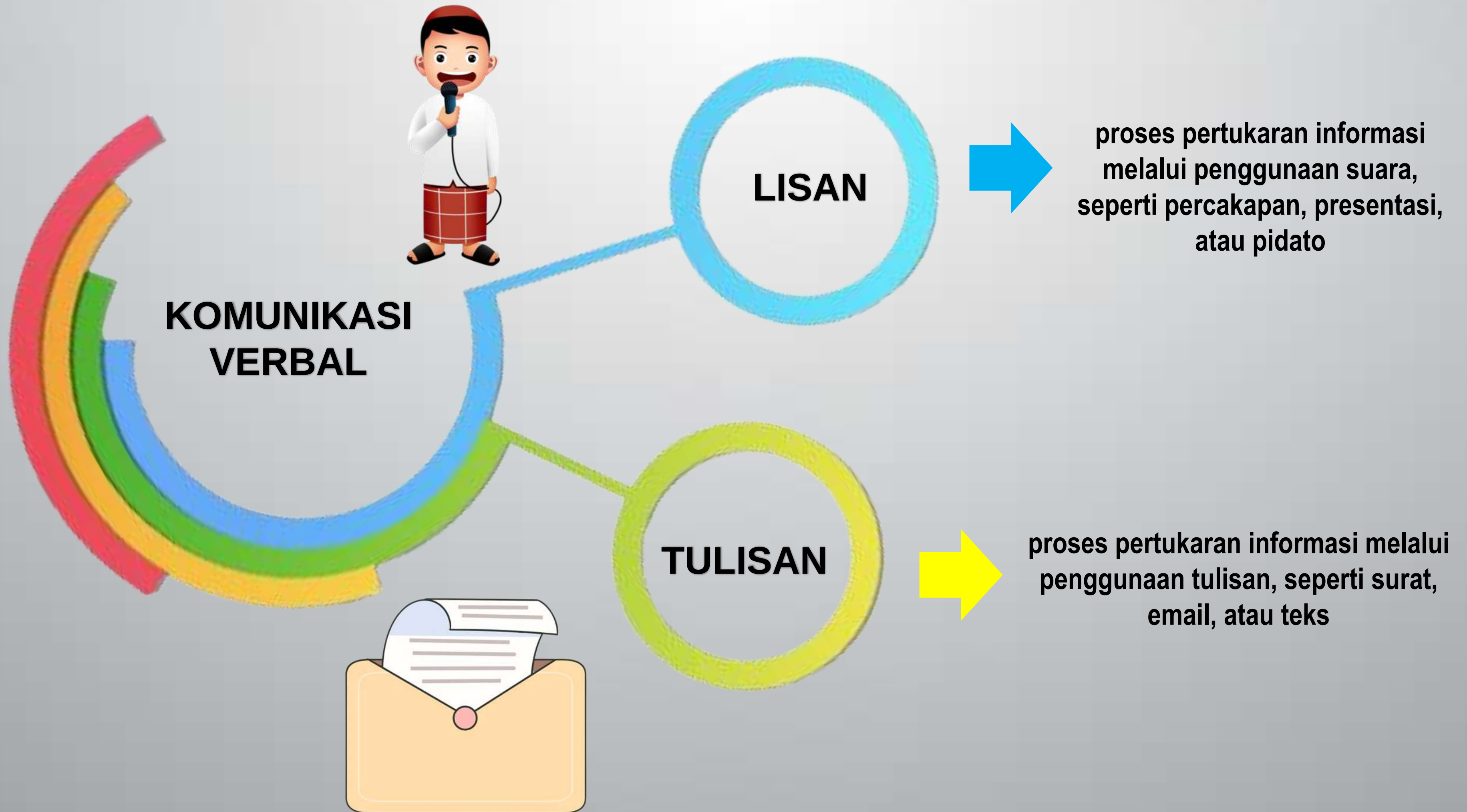


Komunikasi cenderung bersifat dua arah



Kualitas komunikasi cenderung ditentukan oleh komunikasi non-verbal





TUJUAN KOMUNIKASI VERBAL

Menyampaikan informasi



Tujuan utama dari komunikasi verbal adalah untuk menyampaikan informasi dari pengirim ke penerima. Informasi ini dapat berupa fakta, opini, atau instruksi.

Membangun hubungan



Komunikasi verbal juga digunakan untuk membangun hubungan dengan orang lain. Ini dapat berupa hubungan percakapan yang santai dengan teman atau kerja sama yang efektif dalam konteks kerja

Menyelesaikan masalah



Komunikasi verbal juga digunakan untuk menyelesaikan masalah. Ini dapat berupa diskusi untuk menemukan solusi atau negosiasi untuk mencapai kesepakatan

Mengkoordinasikan aktivitas



Dalam konteks organisasi, komunikasi verbal digunakan untuk mengkoordinasikan aktivitas dan membuat keputusan. Ini dapat berupa pertemuan rutin atau presentasi untuk menyampaikan informasi

Mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pendapat

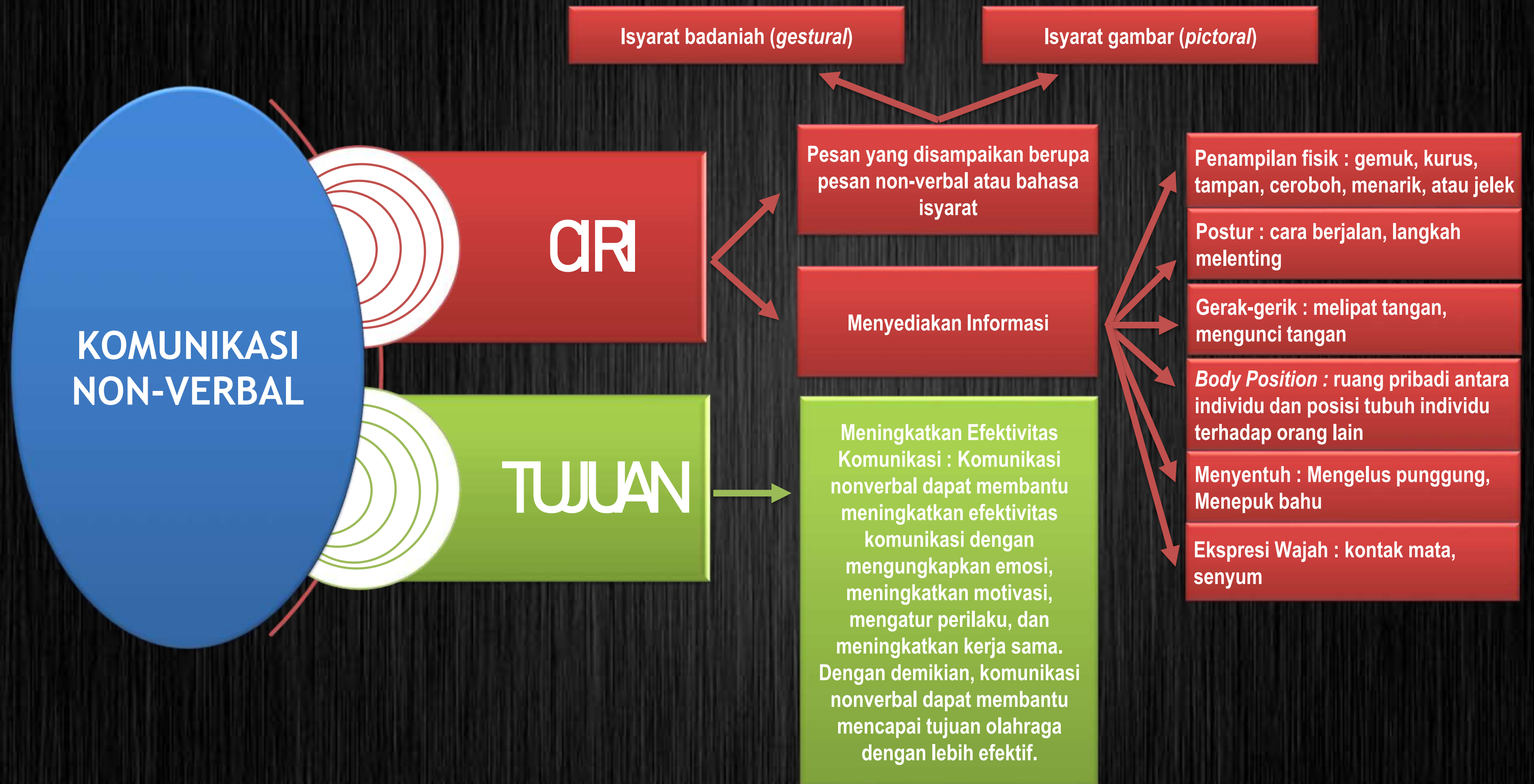


Komunikasi verbal juga digunakan untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pendapat seseorang. Ini dapat berupa percakapan yang mendalam atau pidato yang menyentuh hati

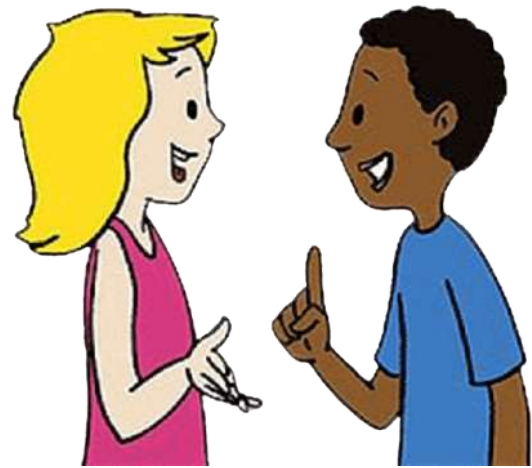
Mempengaruhi penerima



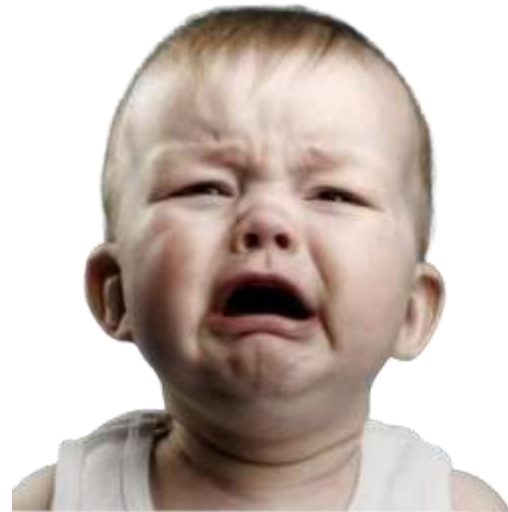
Komunikasi verbal juga digunakan untuk mempengaruhi penerima



COBA TEBAK ???



VERBAL



NON VERBAL



VERBAL



NON VERBAL



VERBAL



NON VERBAL



VERBAL



NON VERBAL



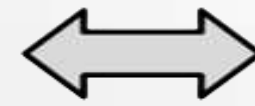
VERBAL



NON VERBAL



Komunikan



Pesan



Komunikator

Saluran komunikasi tempat
berlalu pesan dari
komunikator ke komunikan

**Channel atau
saluran**

Komunikan

Pihak penerima pesan, sering
dikenal dengan sebutan *receiver*,
audience, atau sasaran yang bertugas
menganalisis, menafsirkan

seperangkat lambang
bermakna dari apa
yang disampaikan
oleh komunikator

**Pesan
(message)**

Dapat bersifat positif
dan negatif

**Umpan Balik
(feedback)**

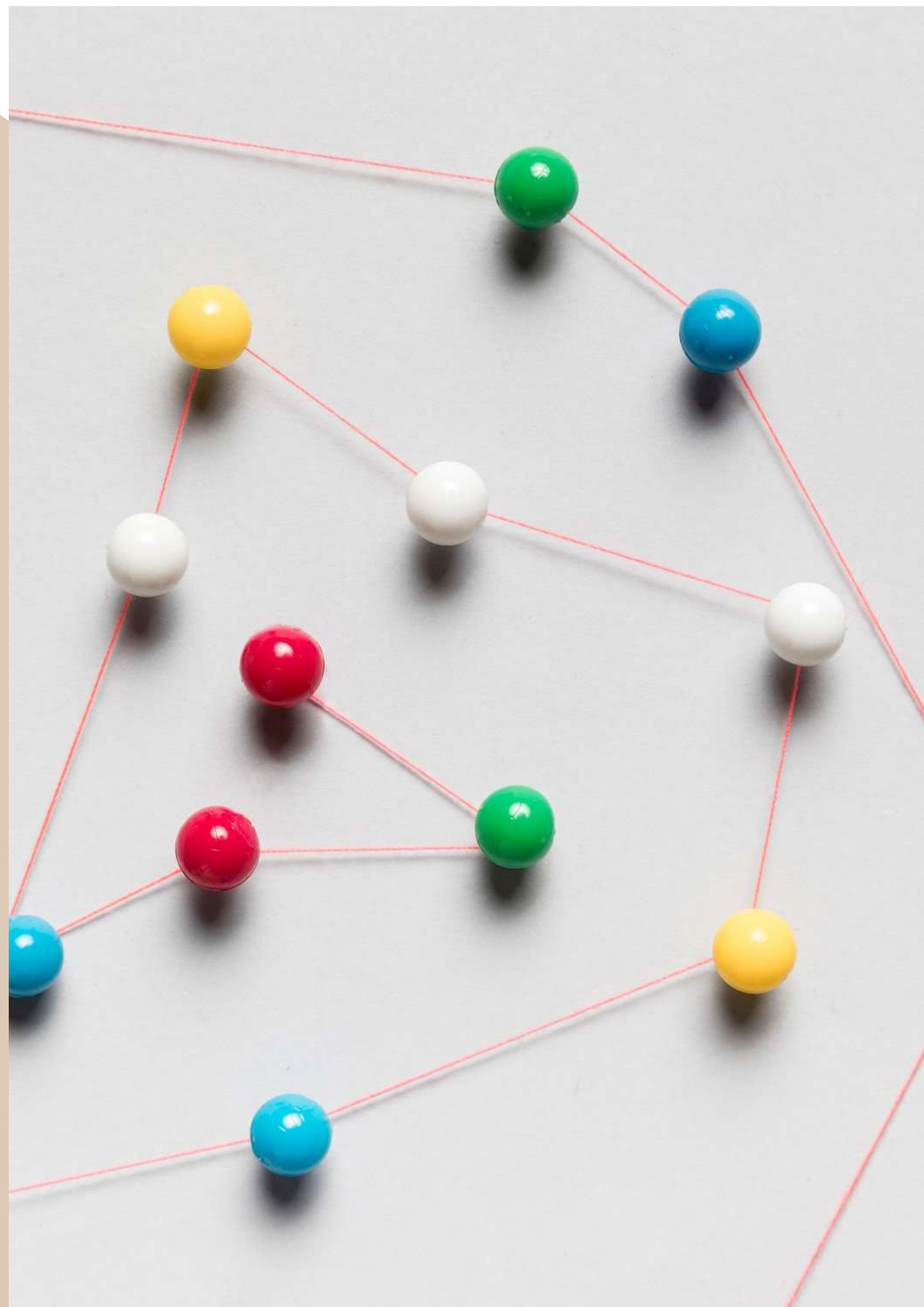
- Pengetahuan luas
- Kepribadian baik
- Jujur dan ikhlas
- Keberanian moral kaya perbendaharaan kata
- Kecerdasan menguasai tema
- Mengenal pribadi komunikan
- Percaya diri
- Sikap menarik
- Bertanggung jawab

**Komunikator
(Communicator,
sender, source)**

**UNSUR
KOMUNIKASI**

**Gangguan
(noise)**

Dalam proses
komunikasi
tidak selamanya
berjalan lancar,
tapi sering kali
mengalami
gangguan, baik
yang bersifat
teknis maupun
semantic



EFEK KOMUNIKASI

KOGNITIF

yaitu efek yang menyangkut pengetahuan, pemahaman, penganalisaan, dan penyimpulan.

AFEKTIF

yaitu efek yang menyangkut sikap persetujuan dan rasa suka.

BEHAVIORIAL

yaitu lanjutan dari efek dimana efek ini berarah pada perilaku individu dalam masyarakat.

Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Olahraga

Komunikasi antara Pelatih dan Pemain dalam Tim Sepak Bola

Komunikasi dalam Mengelola Stres dan Tekanan dalam Olahraga

Komunikasi dalam Tim Olahraga yang Diversifikasi

Komunikasi dalam Mengelola Konflik dalam Tim Olahraga

Komunikasi dalam Tim Olahraga yang Mengalami Kegagalan

Komunikasi dalam Mengembangkan Kepemimpinan Olahraga

Komunikasi dalam Mengelola Emosi dalam Olahraga

dan masih banyak lagi !!!

CASE STUDY COMMUNICATION IN SPORTS

ANALISIS STRATEGI DALAM MENINGKATKAN KOMUNIKASI YANG TEPAT DAN EFEKTIF

Perilaku Mengkonfirmasi.

Komunikasi menunjukkan dan apresiasi pemain dalam menanggapi pertanyaan atau komentar

Komunikasi menunjukkan bahwa pelatih percaya bahwa pemain bisa melakukannya dengan baik

Pelatih selalu mengecek pada pemahaman sebelum melanjutkan ke titik berikutnya

Komunikasi menunjukkan minat pada pemain apakah mereka belajar

Umpan balik yang diberikan pada Atlet atau kinerja pemain.

Perilaku Kejelasan

Pelatih menggunakan contoh-contoh yang jelas dan relevan

Pelatih berhubungan kembali ke konsep atau aturan

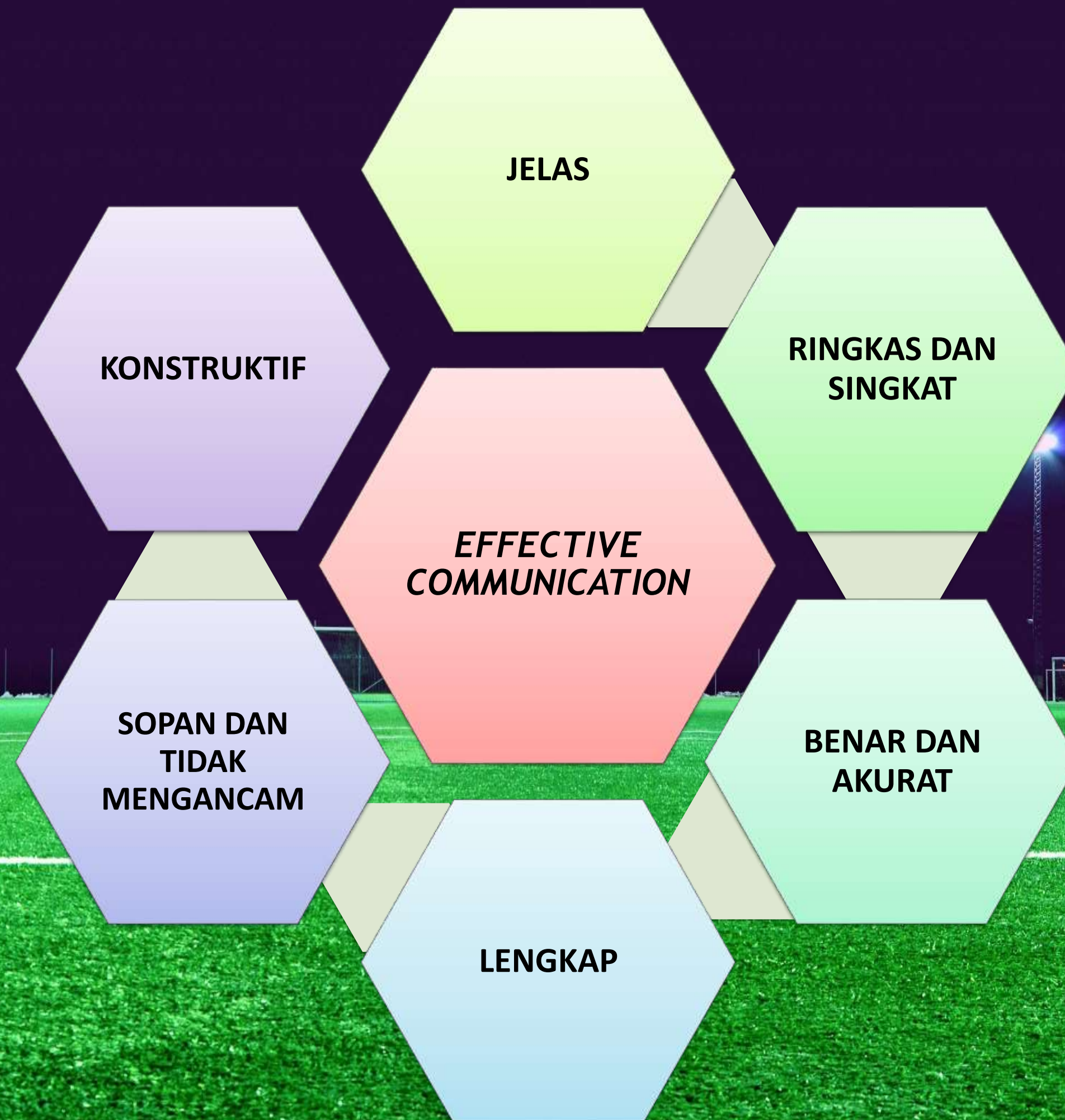
Pelatih menggunakan bahasa konkret atau nyata daripada bahasa abstrak.

Pelatih tetap pada tugas dan tidak menyimpang dari pokok

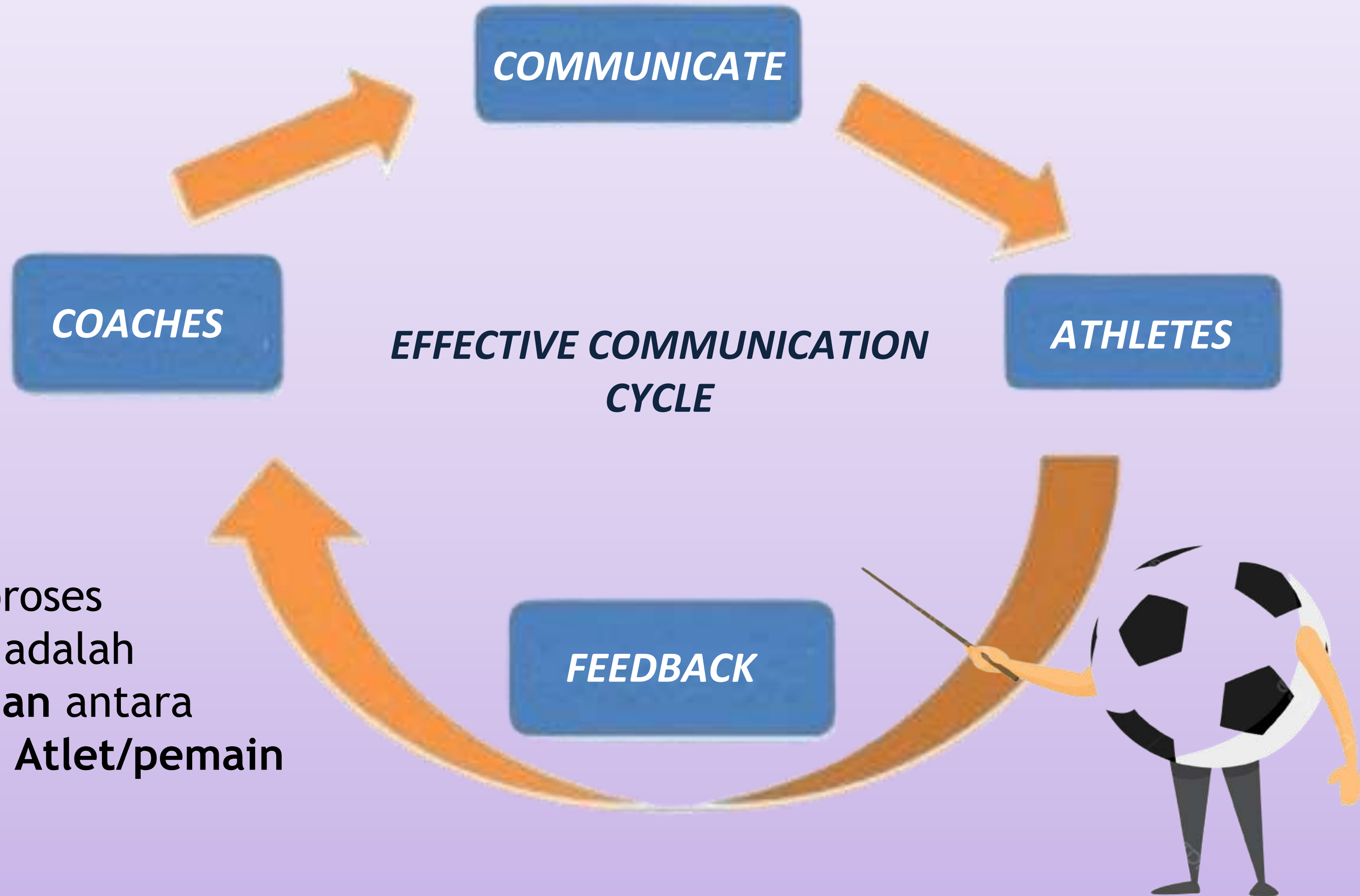
Pelatih jelas menjelaskan tujuan untuk setiap tugas.



KOMUNIKASI EFEKTIF



Proses Komunikasi yang **EFEKTIF**



Akhir dari proses komunikasi adalah kesepahaman antara Pelatih dan Atlet/pemain

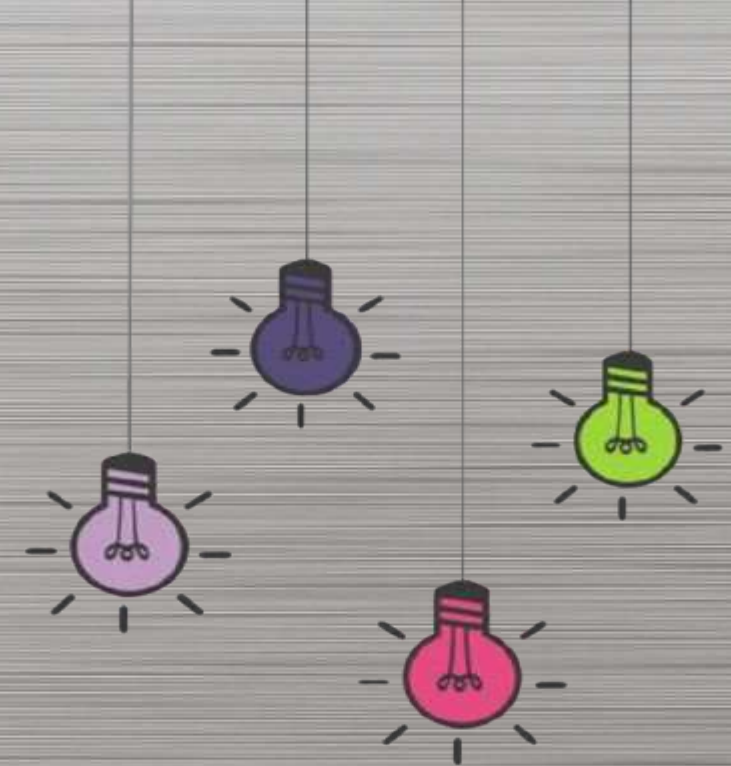
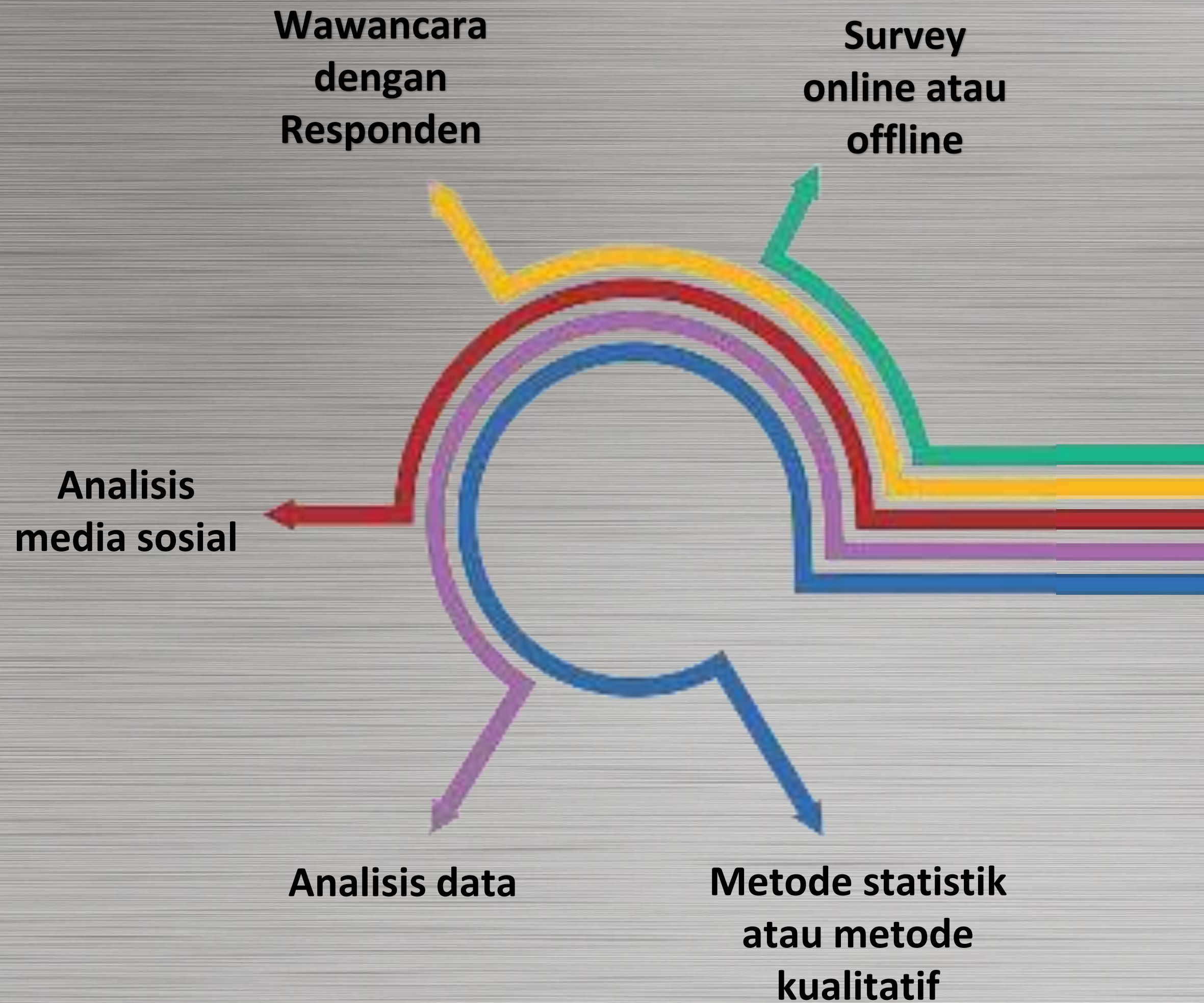
Komunikasi yang efektif dapat terjadi jika kedua belah pihak dari pengirim dan penerima pesan memiliki keterampilan yang baik dalam mengirim ataupun menerima pesan.

Bagi pengirim pesan harus terampil dalam mengolah pesan yang akan disampaikan dan mengirimkannya kepada penerima dan dapat segera dipahami maksud dari pengirim pesan tersebut.

Penerima pesan juga harus terampil dalam menerima pesan dengan memahami dengan benar maksud dari pengirim pesan.







**ALAT EVALUASI EFEKTIFITAS
STRATEGI KOMUNIKASI**



CONCLUSION



Pelatih diharapkan mempunyai keterampilan berkomunikasi yang baik agar materi latihan dapat diterima dengan baik oleh atlet.

Bagi atlet juga harus menjadi penerima pesan dari pelatih agar apa yang disampaikan tidak menjadi salah persepsi dari diri sendiri.

Dengan adanya komunikasi yang baik antara pelatih dan atlet, atlet dan atlet itu sendiri diharapkan mampu menciptakan kondisi tim yang solid, kuat, dan kondusif sehingga dapat tercapai tujuan yaitu prestasi dari tim tersebut.





Next... Membuat Tugas Paper Kuliah yang Baik



1. Buatlah **analisis tentang tema komunikasi olahraga** yang sudah ditentukan melalui link dibawah ini..!!

<https://drive.google.com/drive/folders/10Zx9rjIR3CFpp9prikCWK9Kh6ZbtbX0N?usp=sharing>

2. Tugas dikumpulkan pada link berikut **maksimal tanggal 9 Juni 2025..!!**

<https://forms.gle/bALfosm33uYh4oCe7>

3. Silakan submit artikel yang sudah dibuat pada **Jurnal IJST** sesuai template yang sudah ditentukan..!!

<https://journal.upy.ac.id/index.php/ijst>

PANTUN HARI INI

PAGI PAGI NGE JUS TOMAT..

TERNYATA SEKARANG HARI SENIN, BUKAN HARI KIAMAT..

JIKA TUGAS DIKERJAKAN SAMBIL MAKAN COKLAT..

MAKA HASILNYA AKAN SELESAI SECEPAT KILAT..





SEMANGAT
MENERJAKAN !



STRATEGI KOMUNIKASI

Salah satu ahli bernama Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2013, 61).



Teori yang dianggap paling memadai oleh para ahli untuk mendukung strategi komunikasi adalah apa yang dikemukakan oleh Harold D.Lasswell yaitu cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan

“Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”

Harold D. Lasswell



Who



Komunikator



Says What



Pesan



In which Chanel



Media yang digunakan



To Whom



Komunikan



With What Effect



Efek

LANGKAH UNTUK
STRATEGI
KOMUNIKASI



Mengenal Khalayak



Menyusun Pesan



Menetapkan Metode



Seleksi dan Penggunaan Media

Manfaat Strategi Komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett



To secure understanding

yaitu untuk memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.



To establish acceptance

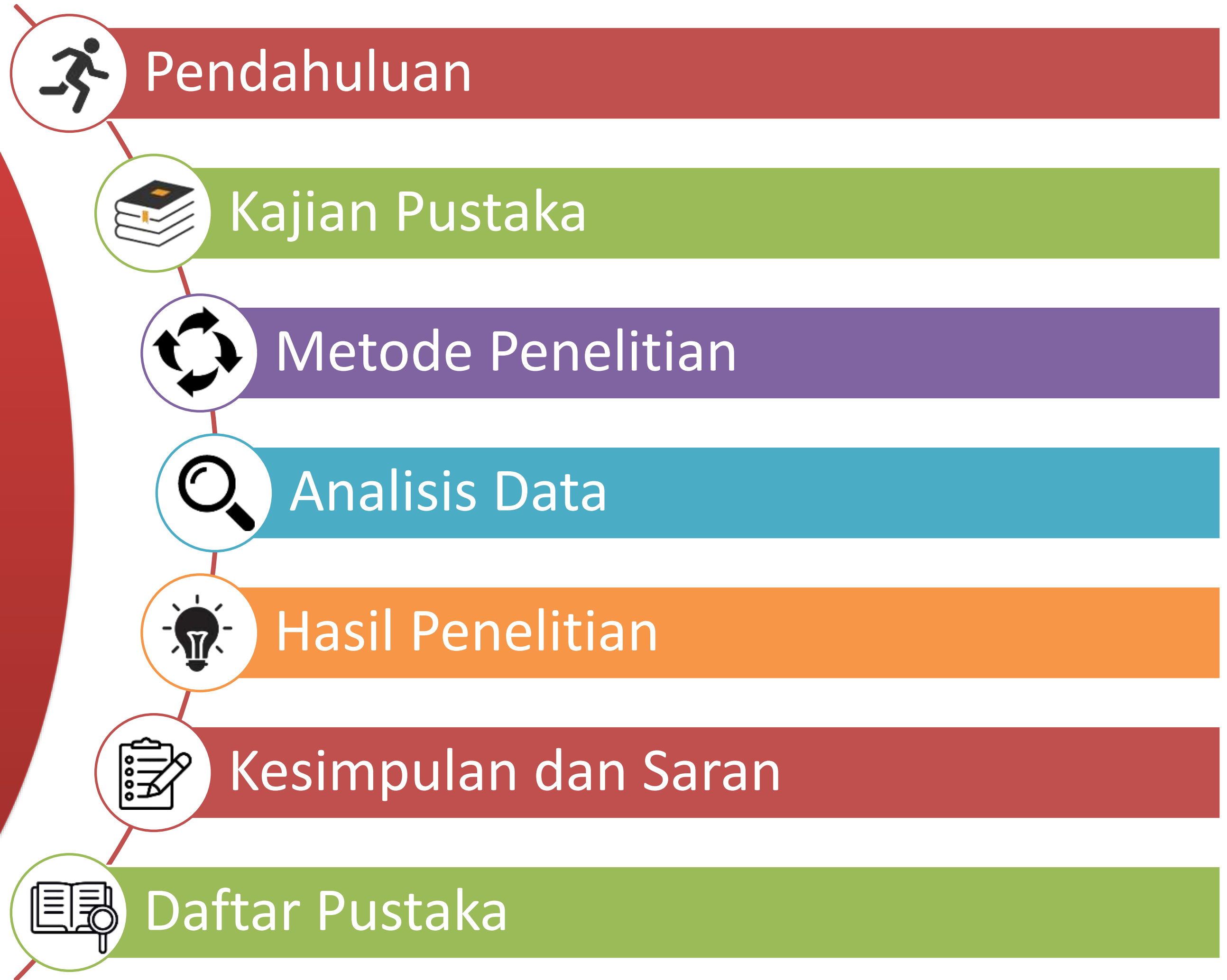
yaitu pembaca dapat mengerti dan menerima informasi yang telah diberikan, maka penerimanya harus dibina.



To motivate action

yaitu suatu kegiatan yang dimotivasikan, artinya sesama peran dalam suatu komunikasi harus saling memotivasikan diri untuk melakukan komunikasi yang efektif.

DAFTAR ISI PENELITIAN



Contoh Studi Kasus Olahraga Tim

“Analisis Strategi Komunikasi Klub Sepakbola (Studi Kasus PSIM)”

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah (Membuat narasi berdasarkan fakta dari Umum ke Khusus atau Khusus ke Umum)

Di negara Indonesia, Sepakbola merupakan cabang olahraga yang sangat disukai oleh masyarakat. Olahraga ini dapat dimainkan oleh semua kalangan, mulai dari anak – anak sampai dengan orang dewasa. Di negara Indonesia, sepakbola menjadi olahraga yang merakyat. Karena cara memainkannya yang mudah, olahraga ini sangat digemari oleh masyarakat. Di negara Indonesia ini, sudah banyak tercipta para pemain profesional yang memiliki skill diatas rata – rata. Dengan banyaknya daya tarik itulah, banyak anak belia yang berbondong – bondong mengasah bakatnya di klub Sepakbola.

Bla bla bla ... sampaikan permasalahan dari hasil pengamatan.

Dengan mengetahui keadaan dan permasalahan strategi komunikasi yang kurang efektif di dalam klub PSIM, maka hal inilah yang menjadi ketertarikan peneliti untuk mengangkat masalah dan melakukan penelitian dengan judul “Analisis strategi komunikasi pada klub sepak bola (Studi Kasus PSIM)”.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Belum diketahui strategi komunikasi yang efektif bagi klub sepak bola PSIM
2. Belum adanya komunikasi yang efektif antara pelatih dan atlet PSIM
3. Belum adanya komunikasi yang efektif antara atlet dengan atlet PSIM
4. Belum adanya kekompakan tim pada klub sepak bola PSIM
5. Klub Sepakbola PSIM saat ini sudah berprestasi, tetapi belum diketahui sejauh mana peran strategi komunikasi yang digunakan pada klub sepakbola PSIM
6. Dan lain lain..

BATASAN MASALAH

Batasan masalah berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah adalah peneliti hanya akan meneliti tentang analisis strategi komunikasi pada klub sepakbola (studi kasus PSIM).

PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan di teliti yaitu:

1. Bagaimanakah strategi komunikasi yang efektif bagi klub sepak bola PSIM?
2. Bagaimana komunikasi yang efektif antara pelatih dan atlet PSIM?
3. Bagaimana komunikasi yang efektif antara atlet dengan atlet PSIM?
4. Bagaimana kekompakan tim pada klub sepak bola PSIM?
5. Bagaimana hasil strategi komunikasi pada pencapaian prestasi yang diraih oleh Klub Sepakbola PSIM?
6. Dan lain lain...

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui strategi komunikasi yang efektif bagi klub sepak bola PSIM
2. Mengetahui komunikasi yang efektif antara pelatih dan atlet PSIM
3. Mengetahui komunikasi yang efektif antara atlet dengan atlet PSIM
4. Mengetahui adanya kekompakan tim pada klub sepak bola PSIM
5. Mengetahui prestasi yang dicapai oleh Klub Sepakbola PSIM dengan strategi komunikasi yang digunakan
6. Dan lain lain..

MANFAAT PENELITIAN

1. Untuk Jurusan Ilmu Keolahragaan Menambah ilmu pengetahuan dan memberikan informasi bagi jurusan Ilmu Keolahragaan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang efektif bagi klub sepak bola di PSIM
2. Untuk Mahasiswa Ilmu Keolahrgaan Memberikan informasi mengenai hal hal yang perlu diperhatikan untuk mengetahui komunikasi yang efektif antara pelatih dan atlet dan atlet dengan atlet PSIM
3. Untuk Peneliti Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mempelajari strategi komunikasi pada klub sepakbola PSIM
4. Untuk Klub PSIM Hasil penelitian ini akan memberikan gambaran tentang strategi komunikasi yang nantinya dapat meningkatkan prestasi yang lebih baik.

KAJIAN PUSTAKA

Pada Kajian Pustaka menulis tentang sejarah, pengertian, definisi dari para ahli, prestasi yang sudah dicapai dari klub sepakbola PSIM dari berbagai referensi yang didapat untuk dikutip/ disadur pada penelitian bisa ditulis dalam bentuk gambar, bagan, diagram dll

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Metode merupakan pengetahuan berbagai macam cara kerja yang dipakai menggunakan objek ilmu – ilmu yang bersangkutan. Penggunaan metode penelitian dalam suatu penelitian harus tepat dan terarah pada tujuan penelitian dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sesuai dengan peraturan yang berlaku supaya dalam penelitian ini dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan harapan peneliti (Sutrisno Hadi, 2004). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif

METODE PENELITIAN...

Subjek dan variabel Penelitian

Subjek penelitian ini adalah komponen menyeluruh pada Klub Sepakbola PSIM yaitu, pelatih, pemain, serta jajaran pengurus, Dengan variabel penelitian strategi komunikasi yang efektif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini sendiri akan dilaksanakan di Klub Sepakbola PSIM dengan waktu penelitian direncanakan pada tanggal sampai dengan tanggal tahun 2025.

METODE PENELITIAN...

Populasi dan Sample

Populasi

Populasi adalah seluruh responden yang menjadi objek penelitian Suharsini Arikunto (2002). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh komponen klub sepakbola PSIM, yakni pelatih, pemain, pengurus serta kelompok supporter PSIM

Sample

Suharsini Arikunto (2002) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi responden sebagai sumber data dalam suatu penelitian dimana dalam penelitian ini yang menjadi sample sebagai responden adalah pelatih, pemain, pengurus serta kelompok supporter PSIM, dimana dalam penentuan responden dilaksanakan secara *purposive sampling* ialah penentuan jumlah sampel dibagi secara proporsional sesuai dengan besar kecilnya jumlah sub populasi dengan cara undian dengan rincian sebagai berikut: a) Pelatih= 2 Orang b) Pemain = 7 Orang c) Pengurus = 1 Orang d) Kelompok Suporter = 20 Orang Jumlah 30 Orang.

METODE PENELITIAN...

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat serta metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada suatu penelitian. Dimana dalam penelitian ini instrument yang dipergunakan adalah kuesioner yang merupakan dasar serta pedoman dalam pelaksanaan pencarian data dengan metode wawancara, survey dan dokumentasi (Suharsini Arikunto, 2002).

Metode Pengumpulan Data

Data adalah berita mengenai situasi , sedangkan informasi merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh situasi pengukuran dimana dalam suatu penelitian terdapat 2 (dua) jenis data yaitu data utama ialah data – data yang diperoleh berdasarkan output wawancara menggunakan responden dan data output berdasarkan observasi, sedangkan data sekunder merupakan data – data yang diperoleh berdasarkan data – data yang telah tersedia di lembaga yang sebagai objek penelitian misalnya data dinding, data yang berasal menurut kearsipan,foto foto kegiatan dan lain lain. Dalam penelitian ini pencarian data dilaksanakan dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data.

METODE PENELITIAN...

Metode Analisis Data

Berdasarkan Angket, kuisioner dari beberapa aspek, instrument tersebut disertakan keterangan skor dari 1-5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup, setuju, sangat setuju) dengan rumus skala Likert atau prosentase silahkan disesuaikan dengan penelitian masing-masing..

HASIL PENELITIAN

Hasil dari pengolahan Data, dan Pembahasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1.Bla bla...
- 2.Bla blaa..
- 3.Bla bla blaaa...

Saran

- 1.Untuk Klub Sepakbola PSIM Bla bla...
- 2.Untuk menjaga kekompakan klub sepakbola PSIM Bla blaa..
- 3.Untuk meningkatkan prestasi klub sepak bola PSIM perlu Bla bla blaaa...

DAFTAR PUSTAKA

Selesai... !!! Mudah bukan... ???



Teknik Komunikasi Efektif untuk Promosi dan Manajemen Event Olahraga.



Komunikasi verbal

Penggunaan kata-kata dan instruksi verbal yang jelas dan terarah dapat membantu pelaku olahraga memahami apa yang dibutuhkan dari mereka

Komunikasi non-verbal

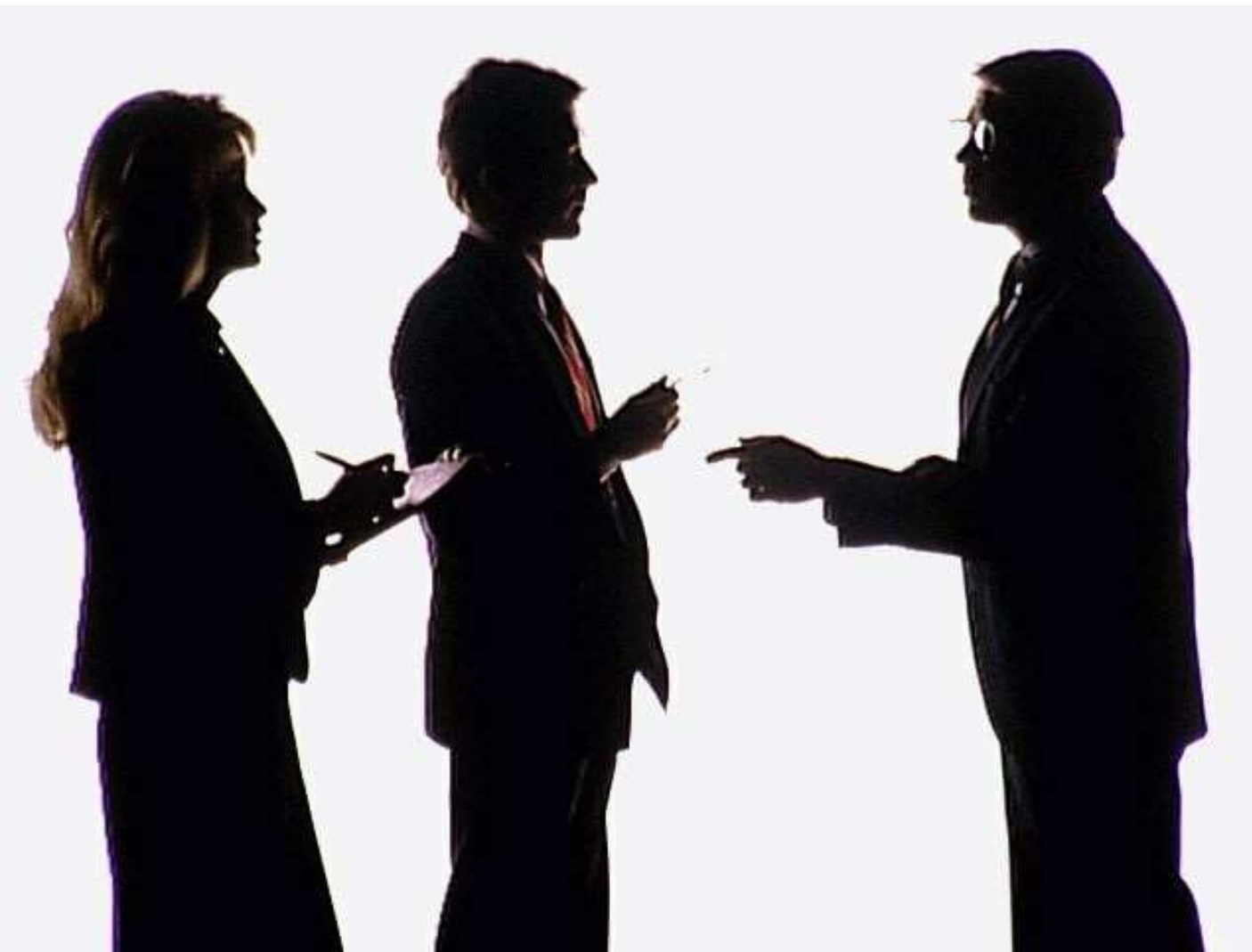
Ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan bahasa tubuh dapat memberikan informasi penting kepada pelaku olahraga

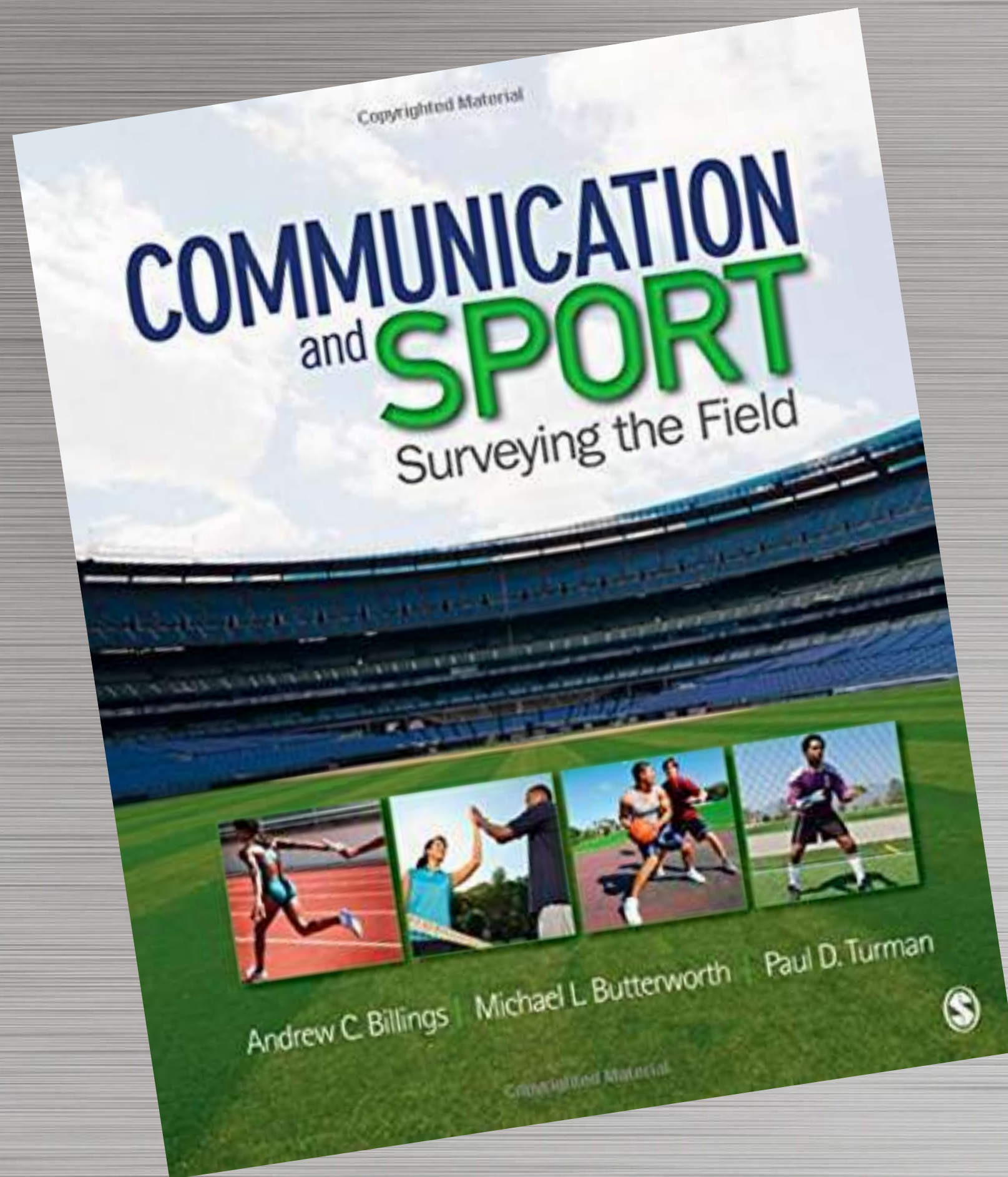
Komunikasi visual

Penggunaan papan taktik, gambar, atau grafik dapat membantu dalam menyampaikan strategi, formasi, atau diagram kepada para pelaku olahraga

Komunikasi tim

Komunikasi yang efektif antar anggota tim sangat lah penting dalam team work





TEORI KOMUNIKASI MASSA DALAM OLAHRAGA

Tujuan Pembelajaran ??

- ➔ Memahami konsep dasar komunikasi massa
- ➔ Mengidentifikasi teori-teori komunikasi massa yang relevan dalam olahraga
- ➔ Menganalisis peran media dalam pembentukan opini public dalam olahraga

"Communication and Sport: Surveying the Field"

karya **Andrew C. Billings, Michael L. Butterworth, dan Paul D. Turman** (2011)

Teori Komunikasi Massa dalam Konteks Olahraga



Teori 1

Uses and Gratifications Theory



Teori ini menekankan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, seperti hiburan, informasi, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dalam konteks olahraga, teori ini membantu memahami motivasi penggemar dalam mengonsumsi konten olahraga melalui berbagai platform media sosial.
Contohnya : **Menonton highlights di YouTube** .

Teori 2

Affective Disposition Theory



Teori ini menjelaskan bahwa kenikmatan menonton olahraga dipengaruhi oleh afiliasi emosional penonton terhadap tim atau pemain tertentu. Penonton cenderung lebih menikmati pertandingan ketika tim favorit mereka menang, yang mencerminkan pentingnya disposisi afektif dalam konsumsi media olahraga.
Contohnya : **Fanatisme dalam kompetisi sepak bola.**

Teori 3

Framing Theory



Teori ini membahas bagaimana media membingkai atau menyajikan informasi tertentu, yang dapat memengaruhi persepsi dan interpretasi audiens. Dalam olahraga, framing dapat memengaruhi cara penonton memahami dan menilai peristiwa atau isu tertentu dalam dunia olahraga.
Contohnya : **Media 'membingkai (framing)' berita olahraga positif/negatif terhadap atlet, dampaknya terhadap reputasi dan persepsi publik.**



Memahami konsep dasar komunikasi massa

Apa itu Komunikasi Massa?

"The process through which sport is produced, represented, and consumed via mediated channels to large and diverse audiences."

Menurut Billings et al. (2011)

- ✓ Fokus pada **proses produksi, representasi, dan konsumsi**
- ✓ Menggunakan **saluran media**
- ✓ Menjangkau **audiens yang besar dan beragam**



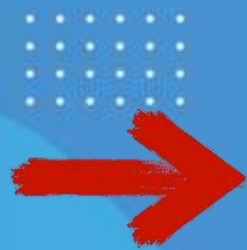


Memahami konsep dasar komunikasi massa

Cirinya bagaimana?

- ☑ Disampaikan melalui media seperti TV, radio, internet, dan media cetak
- ☑ Menjangkau audiens yang luas (lokal, nasional, global)
- ☑ Memiliki kekuatan membentuk opini public dan identitas sosial
- ☑ Menjadi bagian dari industry hiburan dan ekonomi





Memahami konsep dasar komunikasi massa

Media massa konvensional vs. media digital?

Tabel Perbandingan

Aspek	Media Konvensional	Media Digital
Akses Informasi	Terbatas waktu dan tempat	Dapat diakses kapan saja & di mana saja
Format Konten	Linear, satu arah (<i>1-to-many</i>)	Interaktif, dua arah atau <i>many-to-many</i>
Produksi	Memerlukan waktu, biaya besar	Produksi cepat, biaya lebih rendah
Kontrol Informasi	Dikuasai lembaga besar	Desentralisasi, siapa saja bisa jadi produsen
Kecepatan Penyebaran	Lebih lambat, ada proses editorial	Real-time, instan
Kredibilitas	Tinggi (verifikasi, redaksi)	Beragam (bisa tinggi atau hoaks)

Contoh : Berita tentang hasil pertandingan Timnas Indonesia

Di media konvensional :

- ☒ Berita muncul keesokan harinya di koran atau highlight malam di TV
- ☒ Narasi dikontrol oleh jurnalis/editor

Di media digital :

- ☒ Hasil langsung muncul di X/Twitter, Instagram, bahkan live update detik detik pertandingan
- ☒ Nitizen bisa langsung berkomentar, memberi reaksi, bahkan membentuk opini public.

Studi Kasus A: Citra Atlet dalam Media Sosial

Contoh : *Cristiano Ronaldo* dan citra globalnya melalui Instagram.

- ☒ **Positif** : Branding pribadi, promosi gaya hidup sehat, interaksi langsung dengan fans
- ☒ **Negatif** : Kritik atas gaya hidup mewah, overeksposur
- ☒ **Analisis** : Citra atlet terbentuk tidak hanya oleh performa tetapi juga oleh narasi personal yang dibangun dimedia Kritik atas gaya hidup mewah, overeksposur

Studi Kasus B: Isu Gender dalam Pemberitaan Olahraga

Contoh : Liputan media pada pertandingan sepak bola Wanita vs pria.

- ☒ **Temuan Riset** : Media sering menampilkan atlet Wanita dengan focus pada penampilan, bukan prestasi
- ☒ **Pengaruh** : Ketimpangan perhatian, sponsor, dan ekspektasi publik
- ☒ **Teori** : *Framning Theory*

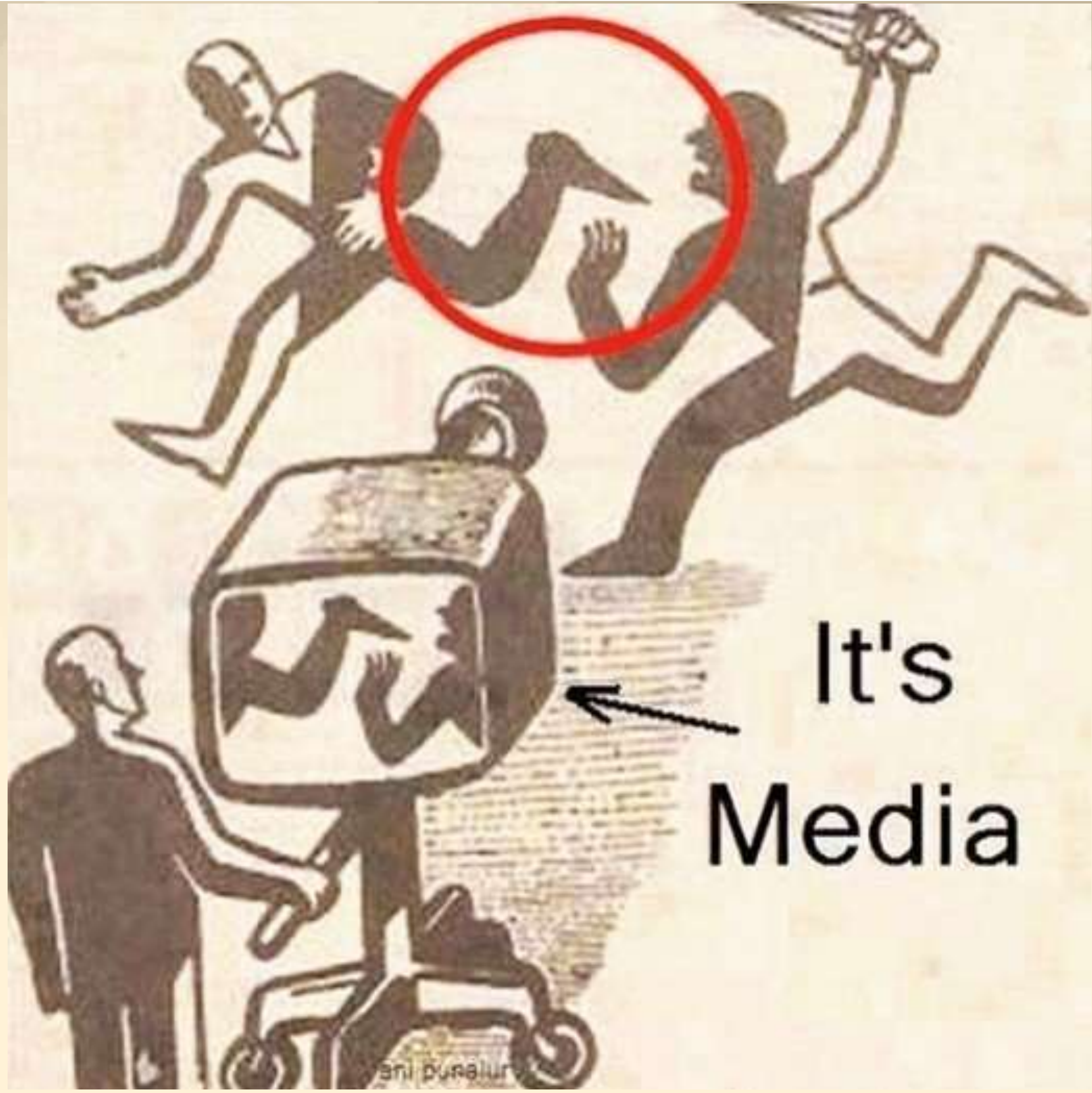
Studi Kasus C: Media sebagai Pemicu Fanatisme

Contoh : Derby antara PERSIJA dan PERSIB diliput oleh media televisi dan online.

- ☒ **Media** : Memperbesar tensi melalui narasi rivalitas
- ☒ **Dampak** : Meningkatkan emosi dan konflik antar supporter
- ☒ **Teori** : *Affective Disposition*

Coba tebak
gambar berikut
contoh Media
apa??

KONVENSIONAL



MEDIA SEBAGAI PENGHUBUNG OLAHRAGA DAN MASYARAKAT

Media massa tidak hanya melaporkan, tapi juga mengkonstruksi makna olahraga.

Membentuk narasi : pahlawan, rivalitas, perjuangan, nasionalisme

Contoh: Olimpiade → simbol kebanggaan negara

Contoh: Liputan sepak bola → menciptakan fanatisme dan identitas kolektif



Hubungan Komunikasi Massa dan Olahraga

- ☒ Olahraga sebagai konten media populer
- ☒ Media sebagai agen pembentuk citra atlet dan tim
- ☒ Pengaruh media terhadap persepsi dan perilaku audiens olahraga

KESIMPULAN...

Teori komunikasi massa → memahami peran media

Media membentuk citra, emosi, dan opini publik

Penting untuk profesional komunikasi dalam olahraga

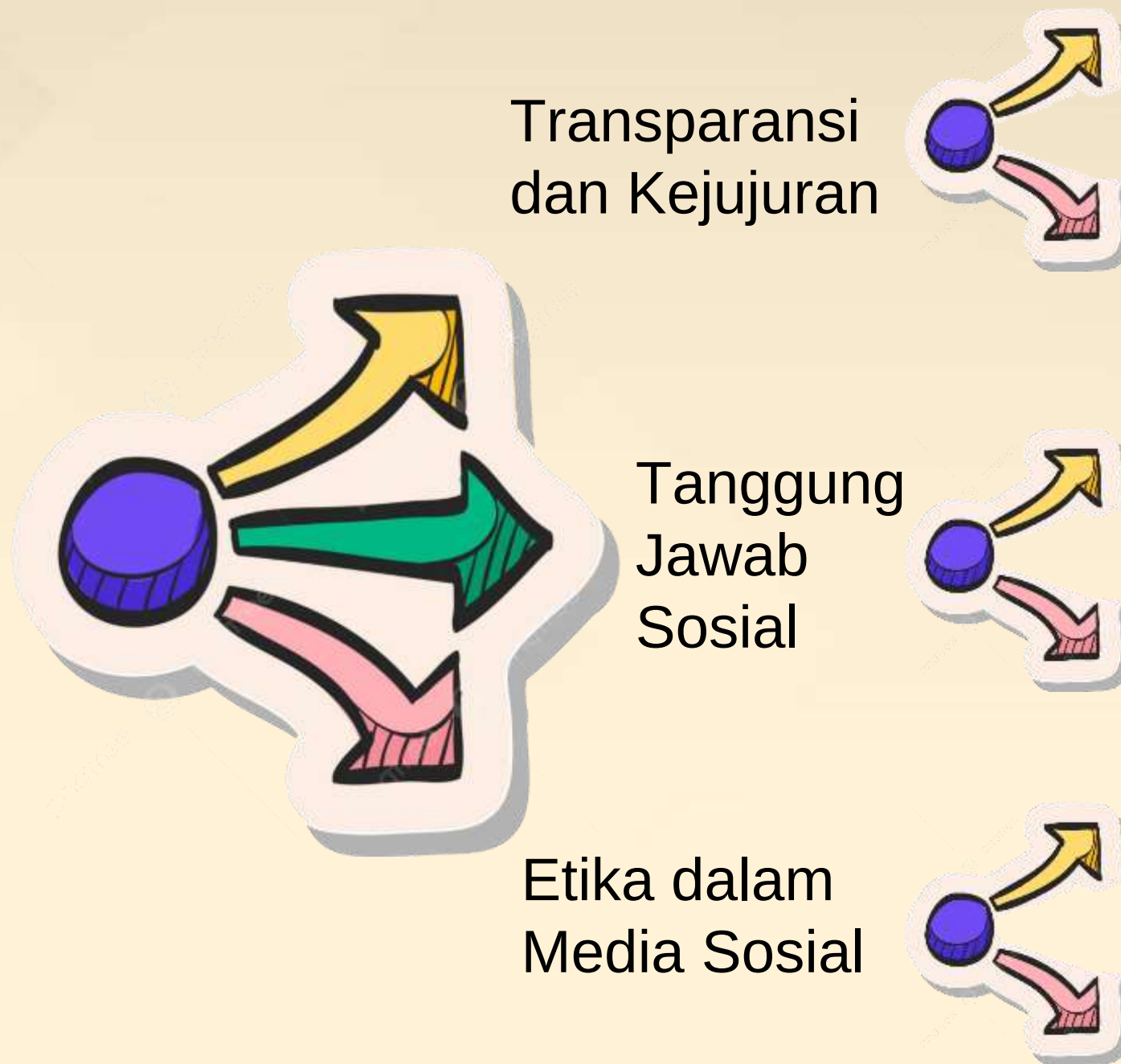
Lebih dari sekadar penyampaian informasi

Memiliki dampak besar terhadap identitas individu dan kolektif

Prinsip Etika dan Peraturan Hukum dalam Komunikasi Olahraga

PRINSIP ETIKA

Billings, Butterworth, Turman
(2011) – *Communication and Sport: Surveying the Field*



Komunikasi antara pelatih dan atlet harus didasarkan pada kejujuran dan keterbukaan

Pelatih wanita dalam melatih tim olahraga putra menunjukkan pendekatan komunikasi yang lembut dan personal, yang menekankan pentingnya kejujuran dalam membangun kepercayaan.

Organisasi olahraga memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi yang efektif dengan semua pemangku kepentingan, termasuk orang tua atlet.

Pentingnya strategi komunikasi yang mencakup evaluasi reputasi organisasi dan keterlibatan orang tua dalam perkembangan atlet.

Netizen harus menjaga etika dalam berkomentar di media sosial, terutama setelah pertandingan yang kontroversial.

Komentar yang tidak etis dapat menciptakan atmosfer negatif dan merugikan semua pihak

Contoh Aplikasi Etika



**Hubungan pelatih-atlet
(komunikasi terbuka dan jujur)**

**Komunikasi saat krisis (kasus
doping, kekalahan besar)**

Penggunaan media sosial oleh atlet

PERATURAN HUKUM YANG BERLAKU

Billings, Butterworth,
Turman (2011) –
*Communication and
Sport: Surveying the Field*

Kode Etik
Jurnalistik
dan Humas

Penyebaran informasi yang tidak benar oleh humas pemerintah dapat melanggar kode etik dan menimbulkan sanksi moral serta hukum.

Contoh Kasus pejabat pemerintah yang berbohong menunjukkan pentingnya kejujuran dalam komunikasi publik

Etika dan
Hukum
dalam
Media
Baru

Penggunaan media sosial oleh tokoh publik harus mematuhi prinsip etika komunikasi untuk menghindari pencemaran nama baik dan pelanggaran hukum.

Contoh Kasus yang mengunggah konten menghina menunjukkan konsekuensi hukum dari pelanggaran etika di media sosial

Peraturan Hukum yang Berlaku

01

UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik)

02

Hak atas Privasi

03

Pencemaran Nama Baik

04

Hak Cipta dan Hak Siar



Aspek Legal

01



Persetujuan penggunaan gambar atlet

02



Kontrak media dan sponsor

03



Aturan komunikasi publik oleh klub olahraga



Studi Kasus Etika dan Hukum dalam Komunikasi Olahraga

CONTOH :

1. Pembangunan Sport Centre Hambalang

- ➔ Proyek pembangunan pusat olahraga ini mengalami pelanggaran etika profesi, termasuk ketidakjujuran dalam survei lahan dan mark-up anggaran.
- ➔ Kasus ini menyoroti pentingnya integritas dan transparansi dalam proyek-proyek olahraga

2. Bias Nasional dalam Penjurian Senam Internasional

- ➔ Penelitian menunjukkan adanya bias nasional dalam penilaian juri selama siklus Olimpiade 2013-2016, yang menyoroti tantangan etika dalam kompetisi internasional



Studi Kasus Etika dan Hukum dalam Komunikasi Olahraga

3. Klub Sepak bola yang tersangkut kasus pengaturan skor

- ➔ Pelanggaran etika: manipulasi hasil
- ➔ Konsekuensi hukum: denda, degradasi klub
- ➔ Strategi komunikasi : permintaan maaf publik, reformasi internal

4. Atlet mengunggah komentar rasis

- ➔ Pelanggaran etika: diskriminasi
- ➔ Implikasi hukum: pelanggaran hak sipil
- ➔ Dampak: kehilangan sponsor, hukuman dari federasi

Studi Kasus Etika dan Hukum dalam Komunikasi Olahraga

5. Sponsor produk alkohol di event olahraga remaja

- ➔ Pelanggaran etika: tidak sesuai audiens
- ➔ Aspek hukum: regulasi iklan pada anak-anak
- ➔ Rekomendasi: etika pemasaran yang bertanggung jawab

Dan masih banyak contoh yang lain.. Sebutkan apa saja???



MEDIA
NOVATIF

DAN ETIKA DALAM
OLAHRAGA



PRINSIP KONTEN MEDIA INOVATIF



ETIKA DALAM KEGIATAN OLAHRAGA



TEKNIK PEMBUATAN KONTEN MEDIA



PRINSIP KONTEN MEDIA INOVATIF

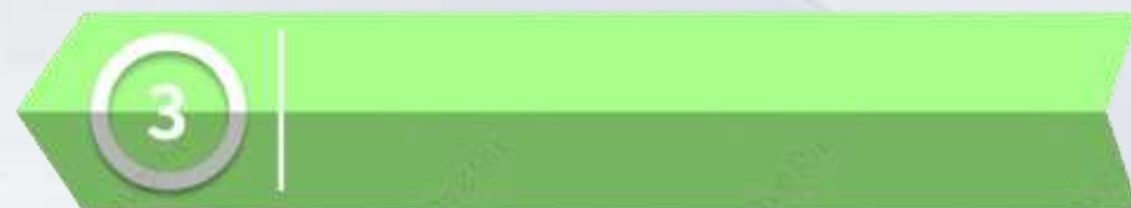
Dalam konteks komunikasi olahraga, **konten media inovatif** mengacu pada bentuk penyampaian pesan olahraga yang:



Konten inovatif bersifat kreatif, menarik, dan sesuai dengan tren digital



Berbasis interaktivitas dan penggunaan teknologi



Berorientasi pada pengalaman penggemar dan audiens



Meningkatkan pengalaman olahraga bagi penggemar

PRINSIP UTAMA KONTEN MEDIA INOVATIF

01

Interaktivitas dengan audiens

- Melibatkan audiens secara langsung (misalnya polling, live chat, interaksi sosial media).
- Meningkatkan *engagement* penggemar terhadap atlet atau tim.

02

Multiplatform *storytelling*

- Konten disebarakan melalui berbagai media: TV, Instagram, YouTube, TikTok, dll.
- Pesan dikemas sesuai karakteristik platform.

03

Personalisasi konten

- Konten dibuat relevan dengan minat audiens spesifik (misalnya penggemar tim lokal, usia muda).
- Billings et al. menyebut ini sebagai "*narrowcasting*", kebalikan dari broadcasting.

04

Visualisasi emosional

- Penggunaan gambar, *slow-motion*, atau narasi emosional untuk menyentuh emosi audiens.
- Contoh: narasi kemenangan dramatis atau perjuangan atlet mengatasi cedera.

05

Real-time Communication

- Penyajian data secara langsung (misalnya *skor live*, cuplikan instan).
- Meningkatkan intensitas keterlibatan.



ETIKA DALAM KEGIATAN OLAHRAGA

ETIKA DALAM KEGIATAN OLAHRAGA

(Sport Communication Ethics)

01

Etika mengatur batas moral dan profesional dalam komunikasi olahraga

02

Penting untuk menjaga integritas, keadilan dan tanggungjawab sosial

SPORT COMMUNICATION

Ethics



ETIKA DALAM KEGIATAN OLAHRAGA

01

Etika mengatur batas moral dan profesional dalam komunikasi olahraga

02

Penting untuk menjaga integritas, keadilan dan tanggungjawab sosial

PRINSIP ETIKA KOMUNIKASI OLAHRAGA

01

Akurasi dan kejujuran

- Penyampaian informasi harus berdasarkan fakta.
- Jurnalis dan media olahraga wajib menghindari sensasionalisme.

02

Keadilan (*fairness*) dalam peliputan

- Media tidak memihak secara berlebihan terhadap satu pihak (atlet/tim).
- Harus memberi ruang representasi bagi kelompok minoritas atau terpinggirkan.

03

Perlindungan privasi atlet

- Batasan harus dijaga antara kehidupan publik dan pribadi atlet.
- Pemberitaan mengenai masalah pribadi harus memperhatikan hak privasi.

04

Tanggungjawab sosial media

- Media memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan positif dan edukatif.
- Termasuk dalam hal menyampaikan nilai sportivitas, kerja keras, dan inklusi.

05

Representasi tanpa bias gender dan ras

- Media harus menghindari stereotip, bias gender, atau rasial dalam peliputan olahraga.
- Misalnya: tidak menggambarkan atlet perempuan hanya dari sisi penampilan fisik.



TEKNIK PEMBUATAN KONTEN MEDIA

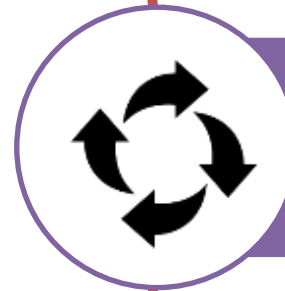
TEKNIK PEMBUATAN KONTEN MEDIA OLAHRAGA



Pendekatan naratif (*storytelling*)



Teknik visual (*cut-in, slow motion, highlight*)



Penggunaan music dan efek audio



Statistik dan grafis interaktif



Wawancara konten dibalik layar



Pendekatan naratif (*storytelling*)

- Setiap pertandingan bukan hanya soal menang atau kalah, tapi juga kisah perjuangan, nilai, dan konflik.
- Teknik: pembukaan, konflik, klimaks, dan resolusi.



Teknik visual (*cut-in, slow motion, highlight*)

- **Cut-in dan Slow Motion**
Digunakan untuk memperbesar momen krusial (misalnya ekspresi kemenangan).
- **Highlight Editing**
 - ✓ Pemilihan momen-momen kunci yang menggambarkan narasi utama (goals, tackles, selebrasi).
 - ✓ Penyusunan berurutan agar membangun *tension* dan *release*.



Penggunaan music dan efek audio

- Musik yang sesuai konteks dapat memperkuat pesan emosional.
- Misalnya: musik heroik saat pengantar kemenangan tim.



Statistik dan grafis interaktif

- Penambahan data statistik pemain atau tim (speed, distance, pass success).
- Memudahkan pemirsa memahami performa atlet secara kuantitatif.



Wawancara konten dibalik layar

- Meningkatkan kedekatan penggemar dengan atlet.
- Mengungkap sisi manusiawi atlet di balik performa di lapangan.



KESIMPULAN...



Media olahraga harus inovatif dan etis

Konten media inovatif mengedepankan kreativitas, interaktivitas, dan relevansi personal audiens.



Penggunaan teknologi dan narasi meningkatkan keterlibatan audiens

Teknik pembuatan konten berbasis narasi, visualisasi emosi, dan dukungan data memperkuat daya tarik komunikasi olahraga di era digital.



Etika komunikasi menjaga kepercayaan publik dan integritas olahraga

Etika dalam komunikasi olahraga penting untuk menjaga integritas profesi dan kepercayaan publik.



KONFLIK DALAM TIM OLAHRAGA



**PENGERTIAN, PENDEKATAN
KOMUNIKASI DAN STUDI KASUS**

PENGERTIAN



Konflik adalah benturan antar individu atau kelompok dalam tim olahraga

Menurut Billings et al. (2011), **konflik** dalam konteks komunikasi olahraga adalah **proses interaksi yang melibatkan perbedaan persepsi, tujuan, atau nilai** antara individu-individu dalam suatu tim yang dapat memengaruhi hubungan interpersonal dan efektivitas tim.

SUMBER KONFLIK DALAM TIM



Bisa disebabkan oleh perbedaan nilai, tujuan, atau gaya komunikasi

Konflik dapat muncul karena:

- **Perbedaan peran dan ekspektasi antar anggota tim** (misal: siapa yang memimpin saat pertandingan).
- **Perbedaan gaya komunikasi** antara pemain (misalnya: pemain dominan vs pemain pendiam).
- **Tujuan yang tidak selaras**, seperti antara keinginan individu untuk tampil menonjol dengan target kolektif tim.
- **Tekanan kompetisi**, yang meningkatkan ketegangan psikologis.
- **Persaingan internal** (misalnya perebutan posisi inti tim).

JENIS-JENIS KONFLIK

01

Konflik Tugas:

Ketidaksepakatan mengenai strategi atau peran dalam tim

02

Konflik Relasional:

Ketegangan pribadi antar individu, sering berkaitan dengan kepribadian atau emosi.

03

Konflik Proses:

Perbedaan cara mencapai tujuan tim dalam pendekatan dan pelaksanaan tugas.

DAMPAK KONFLIK PADA TIM



Dampak Positif:
Memicu inovasi jika dikelola dengan baik

Kunci:
Manajemen konflik dan komunikasi efektif

Dampak Negatif:
Menurunkan performa,
mengganggu kohesi tim



PENDEKATAN KOMUNIKASI DALAM PENYELESAIAN KONFLIK

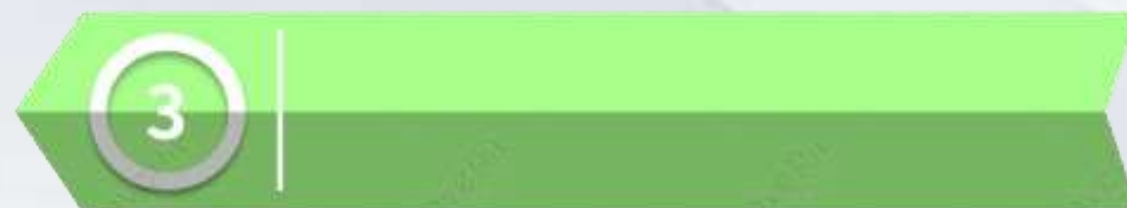
PRINSIP KOMUNIKASI EFEKTIF, penyelesaian konflik sangat bergantung pada:



Kejelasan pesan



Kemampuan mendengarkan



Pengelolaan emosi



Saling menghargai



PENDEKATAN KOMUNIKASI DALAM PENYELESAIAN KONFLIK

PRINSIP KOMUNIKASI EFEKTIF



Komunikasi Asertif: Menyampaikan pesan dengan tegas dan hormat

- Menyampaikan pandangan secara terbuka namun tetap menghargai pihak lain.
- Contoh: Pemain menyuarakan ketidaknyamanan dengan taktik pelatih, tetapi dalam forum resmi dan dengan bahasa santun.



Active Listening: Mendengarkan secara aktif dan empatik

- Menciptakan ruang dialog terbuka dengan mendengarkan secara empatik.
- Mencegah prasangka dan asumsi yang memperburuk konflik.



Mediated Dialogue: Fasilitasi dialog oleh pelatih atau pihak ketiga

Dalam model komunikasi olahraga, pelatih sering berfungsi sebagai **komunikator sentral** atau mediator untuk menjembatani konflik pemain.



Reframing: mengubah cara pandang terhadap masalah

- Mengubah sudut pandang terhadap konflik untuk mencari solusi yang lebih produktif.
- Misalnya: Melihat kritik sebagai masukan bukan serangan pribadi.



Komunikasi Simbolik dan Nonverbal

Bahasa tubuh, nada suara, dan ekspresi sangat penting dalam situasi konflik karena dapat memperkuat atau meredakan ketegangan.

MODEL KOMUNIKASI DIRM TIM OLARAGA



Transactional Model: Komunikasi bersifat dinamis dan dua arah



Faktor: Feedback, konteks social, dan gangguan komunikasi (noise)



Relasi interpersonal memengaruhi efektifitas komunikasi dalam tim

STUDI KASUS: KONFLIK DALAM TIM SEPAK BOLA

Studi Kasus: Konflik di Tim Sepak Bola Universitas

➔ Latar Belakang Kasus: Dalam tim sepak bola universitas, terjadi konflik antara kapten tim (pemain senior) dan pemain baru yang menolak arahan strategi lama.

➔ Penyebab Masalah: Perbedaan filosofi kepemimpinan dan komunikasi,

- Perbedaan pandangan mengenai strategi permainan (konflik tugas).
- Ketegangan status sosial dalam tim (senioritas vs pemikiran baru).

➔ Dampak:

- Fragmentasi kelompok (subgroup).
- Menurunnya kerja sama saat latihan dan pertandingan.

➔ Solusi: Dialog terbuka, klarifikasi peran, dan pembentukan norma tim

- Pelatih mengadakan **pertemuan tim terbuka** untuk mendengarkan keluhan kedua belah pihak.
- Penerapan pendekatan **komunikasi terbuka dan partisipatif**.
- Tim menyepakati ulang nilai-nilai dasar dan peran masing-masing anggota.

➔ Hasil

- Meningkatnya kohesi tim dan semangat kolektif.
- Terbentuknya budaya komunikasi yang lebih egaliter.

STRATEGI PENCEGAHAN KONFLIK

- ➔ Pendidikan nilai dan norma sejak awal
- ➔ Pelatihan komunikasi interpersonal untuk pemain
- ➔ Peningkatan keterampilan mediasi bagi pelatih
- ➔ Penguatan kohesi tim melalui kegiatan bersama

KESIMPULAN



Konflik adalah bagian alami dari dinamika tim olahraga

Konflik dalam tim olahraga bersifat alamiah dan tidak selalu negatif.



Komunikasi efektif menjadi kunci penyelesaian konflik

Manajemen konflik yang efektif memerlukan **kemampuan komunikasi interpersonal yang tinggi**.



Penting untuk membangun budaya tim yang terbuka dan kolaboratif

Buku *Communication and Sport* menekankan bahwa **dinamika komunikasi yang adaptif dan reflektif** menjadi kunci menjaga performa tim di tengah tantangan emosional dan struktural.

Presensi Kuliah

PRODI ILMU KEOLAHRAGAAN

Semester Genap Tahun Akademik
2024/2025



Danarstuti Utami, M.Or., AIFO-P
Komunikasi Olahraga
16-22.A1



Universitas PGRI Yogyakarta

Jl. PGRI I Sonosewu No. 117 Yogyakarta Telp. 0274-376808, 373198 Fax. 0274-376808

DAFTAR HADIR KULIAH

Program Studi : ILMU KEOLAHRAGAAN				Semester : 6				T16649				Semester : 6				T16649				Semester : 6				T16649			
Tahun Akademik : 2024/2025				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA				Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAGA			
Semester : GENAP				Bobot : 2 SKS				Bobot : 2 SKS				Bobot : 2 SKS				Bobot : 2 SKS				Bobot : 2 SKS				Bobot : 2 SKS			
Dosen : DANARSTUTI UTAMI [0521048401]				Kelas : 16-22.A1				Kelas : 16-22.A1				Kelas : 16-22.A1				Kelas : 16-22.A1				Kelas : 16-22.A1				Kelas : 16-22.A1			
No	NIP Mahasiswa	Nama Mahasiswa	B/I/P	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	%							
																			Hadir	Hadir							
1	22111600001	ADITYA PUJI PAMUNGKAS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
2	22111600003	AJENG NUR KHOIRUNNISA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
3	22111600004	ANDREANUS MAU		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
4	22111600006	BENEDICTUS PIO PRASETYAJATI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
5	22111600007	CAKRA YUDHA WIRATAMA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
6	22111600008	DIAN AHMAD ARJUNANTO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
7	22111600009	DIKI SAPUTRO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
8	22111600010	DIMAS AKBAR TAMA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
9	22111600012	DIMAS YOGA PRATAMA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
10	22111600013	FAUZAN TRI ANGGITO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
11	22111600014	FITRO HYUGA HUSNUDIN OVA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
12	22111600016	GALIH DICKY APRIAN		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
13	22111600017	HUSAIN AHMAD BAIHAQI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
14	22111600018	INDAH RUMEKTI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
15	22111600019	KHUSNUL QOTIMAH		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
16	22111600020	M. SOPAN NUR ADIL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
17	22111600021	MIRNA LARASATI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
18	22111600022	MUHAMMAD HAIDAR IRFANI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
19	22111600023	MUHAMMAD LUQMAN RIZQIYANTO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
20	22111600024	MUHAMMAD RAFI RUANDHITA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							

Lembar 1 : Untuk Dosen
Lembar 2 : Untuk Asip Program Studi



Universitas PGRI Yogyakarta

Jl. PGRI Sonosewu No. 117 Yogyakarta Telp. 0274-376808, 373198 Fax. 0274-376808

DAFTAR HADIR KULIAH

Program Studi : ILMU KEOLAHRAGAAN
Tahun Akademik : 2024/2025
Semester : GENAP
Dosen : DANARSTUTI UTAMI [0521048401]

Kode Matakuliah : T16649
Matakuliah : KOMUNIKASI OLARAHAGA
Bobot : 2 SKS
Kelas : 16-22.A1

Semester : 6
Hari : -
Pukul : 00:00 s.d. 00:00
Ruang :

No	NP Mahasiswa	Nama Mahasiswa	B/J/P	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah Hadir	% Hadir
21	22111600027	NUR 'AINI AZKA		✓	✓	✓		✓	✓	✓		I	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
22	22111600028	NURIL HUDA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
23	22111600029	RAFID ABIYU TRIDITA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
24	22111600030	RISANG MUHAMMAD NAUFAL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
25	22111600031	RIVO LAHUA PRASETA	I	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
26	22111600035	QOYS SYUJA MUZAKY	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
27	22111600037	DEDE NOVIAN																		
28	22111600038	GUNTUR SULISTYO ARIWIBOWO																		
29	22111600039	MUHAMMAD TAUFIK																		
30	22111600040	FAISAL RAHMAD																		
31	22111600041	MUHAMMAD IRFAN																		
32	22111600042	KRISNA NUR WARDANA																		
33	22111600044	RIDHO ADITYA PRATAMA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
34	22111600045	PAMUNGKAS NUR HIDAYAT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
35	22111600046	NASYA AMARA DEWI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
36	22111600047	BAGAS TRYEDI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

Agaf Duka
Dana Kus 600

S

✓

✓ ✓

Lembar 1 : Untuk Dosen
Lembar 2 : Untuk Anisip Program Studi



PRESENSI DOSEN MENGAJAR

TA. 2024/2025 Sem. GENAP

Program Studi : ILMU KEOLAHRAGAAN
Matakuliah : KOMUNIKASI OLARHAGA [T16649]
Bobot : 2 SKS
Dosen : DANARSTUTI UTAMI [0521048401]

Kelas : 16-22.A1
Hari : -
Pukul : 00:00 s.d. 00:00
Ruang :

Pert	Tanggal	Pokok Bahasan	Sub-Pokok Bahasan	Jml Mhs	Paraf
I	3/3/25	Aplikasi teori dan prinsip komunikasi OR	Teori, prinsip dan kemampuan berkomunikasi dlm olahraga.	20	✓
II	10/3/25	Menganalisis efektifitas Strategi Komunikasi OR	Teori, prinsip dan kemampuan berkomunikasi dlm OR	20	✓
III	17/3/25	Menganalisis efektifitas Strategi Komunikasi	Analisis, Evaluasi, penerapan konsep komunikasi dlm OR	23	✓
IV	24/3/25	Menganalisis Efektifitas Strategi Komunikasi	Analisis Evaluasi, penerapan konsep komunikasi OR.	22	✓
V	31/3/25	Analisis efektifitas Strategi Komunikasi dlm Olahraga OR	Analisis, Evaluasi, menyusun Rekomendasi perbaikan Strategi Komunikasi	20	✓
VI	7/4/25	Analisis efektifitas Strategi Komunikasi dlm Olahraga OR	Analisis, evaluasi, menyusun Rekomendasi perbaikan Strategi Komunikasi	22	✓
VII	14/4/25	Menguraikan Strategi Komunikasi Olahraga	Strategi Komunikasi, Kerjasama dan kohesi tim	23	✓
VIII	21/4/25	Aplikasi Teknik komunikasi	Penggunaan bahasa kemampuan menyampaikan hrs penerapan Strategi Komunikasi	22	✓
IX	28/4/25	penerapan teknik komunikasi efektif	teknik komunikasi promosi event OR manajemen event OR	21	✓
X	5/5/25	penerapan teknik komunikasi efektif	teknik komunikasi promosi event OR manajemen event OR	21	✓
XI	12/5/25	Analisis secara kritis dan mendalam peran media	peran media dalam mempengaruhi persepsi publik dlm OR	19	✓
XII	19/5/25	Analisis & penerapan prinsip etika dan hukum yg berlaku	etika dan komunikasi OR penerapan hukum komunikasi OR Analisis Studi kasus	20	✓
XIII	26/5/25	menyajikan karya media yg kreatif inovatif dan etis	keaktifan dan peran media sebagai agen etika OR	21	✓
XIV	2/6/25	identifikasi konflik tim OR	konflik OR Identifikasi penyebab konflik komunikasi OR konflik keluarga	22	✓
XV	9/6/25	identifikasi konflik dlm OR	konflik identifikasi penyebab konflik komunikasi OR konflik keluarga	20	✓

**PENILAIAN MATA KULIAH
KOMUNIKASI OLAHRAGA**

NO	NAMA	NILAI
1	Aditty Puji Pamungkas	A-
2	Ajeng Nur Khoirunnisa	A-
3	Andreanus Mau	A-
4	Benedictus Pio Prasetyajati	A-
5	Cakra Yudha Wiratama	A-
6	Dian Ahmad Arjunanto	B+
7	Diki Saputro	B+
8	Dimas Akbar Tama	A-
9	Dimas Yoga Pratama	A-
10	Fauzan Tri Anggito	B
11	Fitro Hyuga Husnudin Ova	A-
12	Galih Dicky Aprian	B+
13	Husain Ahmad Baihaqi	B
14	Indah Rumekti	A-
15	Khusnul Qotimah	A-
16	M.Sopan Nur Adil	B+
17	Mirna Larasati	B+
18	Muhammad Haidar Irfani	E
19	Muhammad Luqman Rizqiyanto	A-
20	Muhammad Rafi Riandhita	B+
21	Nur 'Aini Azka	A-
22	Nuril Huda	A-
23	Rafid Abiyyu Tridita	A-
24	Risang Muhammad Naufal	A-
25	Rivo Lahua Praseta	B+
26	Qoys Syuja Mudzaky	A-
27	Bagas Triyedi	A-
28	Dede Novian	E
29	Guntur Sulisty Ariwibowo	E
30	Muhammad Taufik	E
31	Faisal Rahmad	E
32	Muhamad Irfan	E
33	Krisna Nur Wardana	E
34	Ridho Aditya Pratama	B+
35	Pamungkas Nur Hidayat	A-
36	Nasya Amara Dewi	B+
37	Afif Desta Shalahudin	E
38	Damianus Goo	E