BAB II. SEKOLAH SEPAK BOLA VIKING

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Pengertian Sepak Bola

Sepak bola merupakan sebuah olah raga yang paling populer dan paling sering dimainkan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sangat banyak orang yang memainkan sepak bola, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Sepak bola tidak hanya dimainkan oleh pria, tetapi saat ini banyak wanita yang memainkan sepak bola. Banyak cara yang ditempuh untuk memajukan sepak bola di suatu tempat, salah satunya adalah mendatangkan pelatih atau tim berkualitas, mengadakan kompetisi seperti liga atau piala, dan melakukan pembinaan sepak bola secara berjenjang, khususnya untuk usia dini.

Sepak bola adalah salah satu olah raga yang dimainkan oleh dua tim, masing-masing berjumlah sebelas orang, dan dipimpin oleh wasit dan dua hakim garis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012), sepak bola adalah sebuah permainan beregu di lapangan, menggunakan bola sepak dari dua kelompok yang berlawanan, yang masing-masing kelompok terdiri atas sebelas pemain, berlangsung selama 2 x 45 menit, dan kemenangannya ditentukan oleh selisih gol yang masuk ke gawang lawan.

II.1.2 Pelatihan Sepak Bola Usia Dini

Pelatihan sepak bola adalah salah satu proses untuk menghasilkan pemain sepak bola secara berjenjang sejak usia dini *(grassroot)*. Pembinaan sepak bola biasanya dilakukan oleh klub sepak bola profesional, akademi sepak bola, sekolah sepak bola, sekolah formal, dan komunitas. Pembinaan sepak bola bisa diikuti oleh setiap anak-anak yang ingin bermain sepak bola, tanpa mengenal asal-usul seperti usia, warna kulit, jenis kelamin, kondisi fisik, agama, suku, atau ras. Tujuan dari pembinaan sepak bola menurut Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) adalah terbentuknya tim nasional yang tangguh dan berprestasi. Semua program pembinaan yang dilakukan dan direncanakan ke depan sudah seharusnya mempunyai tujuan yang sama, yaitu terbentuknya sebuah tim nasional yang kuat.

Organisasi sepak bola dunia, FIFA, sudah merumuskan aturan-aturan yang berkaitan dengan pembinaan sepak bola usia dini yang diberi nama "*FIFA Grassroots*". Tujuan lain dari pembinaan sepak bola usia dini adalah sebagai bagian dari regenerasi sepak bola, dimana pemain sepak bola yang sudah tua, sudah saatnya diganti dengan yang lebih muda.

Menurut Scheunemann (2012), fondasi pembinaan yang berkualitas ada tiga, yaitu program pembinaan sehari-hari, fasilitas/faktor pendukung, dan pembina. Fasilitas atau faktor pendukung terdiri dari lapangan yang memadai, pengetahuan gizi, dukungan orang tua, liga dan turnamen yang tertata rapi, jumlah pemain/grup yang dibatasi, ketersediaan bola, *cones*, rompi, dan peralatan bantu lainnya. Sedangkan pembina (pelatih) harus mengutamakan kualitas (bersertifikasi dan sering mengikuti pelatihan), kuantitas (kursus kepelatihan), keteladanan, motivasi, mengutamakan pendidikan formal, mengelompokkan kualitas masing-masing pemain, dan memiliki jiwa pemimpin.

II.1.3 Pembinaan Sepak Bola Usia Dini

Dalam pelaksanannya, pembinaan sepak bola memiliki banyak manfaat, salah satunya adalah menambah banyak teman, menjalin persaudaraan, meningkatkan kerja sama tim, mengasah *soft skill*, dan menambah pengalaman. Pada saat pelaksanaan pembinaan sepak bola usia dini berlangsung, dibutuhkan pelatih yang memiliki kemampuan untuk mengerti dan memahami keinginan anak-anak asuhnya. Selain hal-hal tersebut, pelatih juga harus memahami dan mengetahui perkembangan setiap anak didiknya.

Jenis-jenis pembinaan sepak bola menurut kebutuhan dibagi menjadi dua oleh Timo Scheunemann, yaitu pembinaan masa dan pembinaan elit. Pembinaan masa adalah suatu proses pembinaan yang dilakukan oleh Sekolah Sepak Bola dan tim-tim sekolah formal. Pemain yang dimaksud dalam kategori ini umumnya bermain sepak bola mulai usia enam hingga berumur tujuh belas tahun. Pembinaan tersebut tetap dilakukan karena pemain berbakat pada awalnya dididik lalu kemudian dibina di dalam kelompok ini. Apabila pembinaan masa ditinggalkan,

dasar-dasar bermain sepak bola yang baik dan benar serta pengetahuan terkait, seperti gizi, taktik, dan penanganan cedera, tidak akan didapat sejak usia dini sehingga potensi pemain berbakat tidak bisa diraih secara maksimal. Sedangkan pembinaan elit adalah jenis pembinaan yang dikhususkan untuk pemain dengan bakat sedang (sekelas amatir kota atau divisi satu sampai liga amatir nasional/Liga Nusantara) dan bakat kelas atas (divisi utama, liga tertinggi/Liga Super Indonesia dan tim nasional). Beberapa teknik dasar yang diajarkan di dalam pembinaan sepak bola, antara lain :

1. Teknik menyerang, yang meliputi:

a. Mengumpan dan menerima umpan
b. *Dribbling* (mengoper bola)
c. *Speed dribbling* (berlari dengan bola)
d. Membalik (*turning*)
e. Menembak bola
f. Kontrol bola
g. Menyundul
h. Menyerang satu lawan satu
i. Melindungi bola
j. Umpan silang dan penyesuaian akhir

2. Teknik bertahan

a. Pertahanan satu lawan satu
b. Penempatan posisi dan sikap tubuh
c. Melakukan antisipasi
d. Reaksi
e. Mencegat
f. Mencegah lawan berbalik
g. Melakukan tekel

3. Situasi bola mati (*Set piece*), terdiri dari penalti, tendangan bebas, tendangan penjuru, dan sepak mula (*kick-off)*.

4. Fisik, teknik, taktik, dan jiwa kebersamaan/mental. (Scheunemann, 2012)

II.1.4 Sekolah Sepak Bola

Sekolah sepak bola adalah sebuah institusi pendidikan nonformal yang mengajarkan teknik-teknik sepak bola dasar untuk anak-anak dan remaja, mulai dari usia dini sampai tujuh belas tahun. Sekolah sepak bola berfungsi sebagai institusi yang bertujuan untuk mendeteksi, mengumpulkan, dan mendidik anak-anak yang memiliki bakat dalam bermain sepak bola, serta menghasilkan pemain-pemain yang tangguh dan siap untuk menghadapi persaingan di dunia sepak bola. Beberapa materi yang diajarkan di sekolah sepak bola antara lain teknik dasar menendang, menyundul bola, menangkap bola (untuk kiper), pertahanan, *set pieces*, strategi, latihan fisik, dan lain-lain.

Sekolah sepak bola di Bandung banyak dan berkembang. Sebagian besar sekolah sepak bola sudah berdiri sejak lama, dan ada juga yang baru didirikan. Sudah banyak sekolah sepak bola di kota Bandung yang mulai mengikuti kejuaraan sepak bola usia dini, baik tingkat kota, tingkat provinsi, tingkat nasional, sampai ke tingkat internasional. Ada juga sekolah sepak bola di Bandung yang menghasilkan pemain yang berhasil masuk ke klub Persib Bandung, dan tim nasional Indonesia. Beberapa contoh pemain dari sekolah sepak bola di kota Bandung yang pernah bermain di Persib maupun di tim nasional Indonesia adalah Atep Rizal, Dedi Kusnandar, dll.

II.2 Objek Penelitian

II.2.1 Profil Sekolah Sepak Bola Viking

Gambar II.1. Logo Sekolah Sepak Bola Viking

Sumber:

https://pbs.twimg.com/profile_images/597710627411374083/eEbhsPb3_400x400.jpg

(Diakses pada 12/01/2016)

Nama	: SSB Viking
Alamat Sekretariat	: Viking Original Merchandise Store
(Kawasan Stadion Persib)	Jl. Ahmad Yani Bandung
Ketua Umum	: Tedi Ekek
Tim pelatih	: Sujana, Yayan Sundana, Yadi Mulyadi, Agus Atha
Jadwal dan tempat latihan	: Selasa-Kamis (14.00-16.00), Minggu (08.00-10.00) di Lapangan Lodaya dan Stadion Persib
Kelompok umur	: Usia 8th, 10th, 12th, 14-15th

Sekolah Sepak Bola Viking adalah salah satu sekolah sepak bola yang baru di kota Bandung. Sekolah Sepak Bola Viking berdiri dan memulai latihan perdananya pada 19 November 2015. Tujuan dari berdirinya Sekolah Sepak Bola Viking adalah untuk menyalurkan bakat-bakat yang tidak tertampung, serta sebagai bentuk kepedulian pengurus Viking Persib Club untuk membina talenta-talenta muda sepak bola di Bandung. Selain itu, Sekolah Sepak Bola Viking mengharapkan para pemain binaanya menjadi pemain profesional dan tidak hanya bermain di Indonesia, melainkan ke Asia, ke Eropa, bahkan keseluruh dunia.

Pendirian SSB ini tidak lepas dari tujuan dan cita-cita salah satu tokoh Viking Persib Club, almarhum Ayi Beutik. Ketika masih hidup, Ayi Beutik menginginkan Viking tidak hanya membuat kelompok suporter sendiri, tetapi ia ingin Viking Persib Club memiliki sekolah sepak bola. Dalam perkembangannya, pendirian sekolah sepak bola ini menemui banyak hambatan. Pada awalnya Sekolah Sepak Bola Viking dibentuk pada bulan April 2015, namun senpat mengalami kendala sampai akhirnya bisa terealisasi pada bulan November 2015. Tujuan lain dari pendirian Sekolah Sepak Bola Viking adalah menjadi "pemain ke-13" dari Persib Bandung, setelah Viking Persib Club yang menjadi pemain ke-12 untuk Persib, serta menjadi penghubung dengan Persib Bandung. Sekolah Sepak Bola Viking menjadi pelopor sekaligus satu-satunya sekolah sepak bola yang didirikan oleh kelompok suporter klub sepak bola di Indonesia.

Jumlah siswa Sekolah Sepak Bola Viking semakin bertambah. Pada bulan Januari 2016, jumlah siswanya sebanyak 45 orang, lalu kemudian bertambah menjadi sekitar 50-60 orang pada bulan April 2015, dan diberi target oleh pembina untuk merekrut lebih banyak siswa pada bulan Oktober 2016. Selain itu, pembina juga menginginkan adanya keseimbangan kualitas dan kuantitas. Jenis latihan yang diajarkan Sekolah Sepak Bola Viking adalah dasar-dasar bermain sepak bola seperti *passing*, *dribbling*, mengontrol bola, menyundul, dan menendang bola. Pada awalnya, pola pengajarannya hanya mengajarkan dasar-dasar sepak bola, karena Sekolah Sepak Bola Viking belum berencana untuk membuat suatu tim, sedangkan pembagian umurnya masih belum dilakukan, mengingat jumlah siswa yang sedikit. Namun lama kelamaan jumlah siswa Sekolah Sepak Bola Viking meningkat dan mulai mengikuti kompetisi sepak bola antar sekolah sepak bola di tingkat kota, salah satu tujuannya untuk meningkatkan eksistensi sekolah ini. Untuk mempersiapkan diri menghadapi turnamen yang diikuti, Sekolah Sepak Bola Viking melakukan uji coba dengan sekolah lainnya di kota Bandung.

Biaya pendaftarannya sebesar Rp. 500.000,-, sudah termasuk kaus, tas khusus sepatu, dan kaus kaki, serta iuran bulanan. Pendaftaran bisa dilakukan di sekretariat SSB Viking, di kantor Official Viking Merchandise, di komplek Stadion Persib, Jalan Ahmad Yani, Kota Bandung, serta datang langsung ke tempat latihan di Lapangan Lodaya.



Gambar II.2. Lapangan Lodaya.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sekolah Sepak Bola Viking melakukan kegiatan latihannya di Lapangan Lodaya, yang terletak di Jalan Lodaya, Kota Bandung. Kegiatan berlangsung di tempat ini pada hari Selasa dan Kamis (14.00-16.00), serta pada hari Minggu (08.00-10.00).



Gambar II.3. Suasana pemanasan sebelum melakukan latihan.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah siswa terkumpul, semua siswa harus melaksanakan kegiatan awal sebelum melakukan latihan, yaitu berdoa, kemudian melakukan pemanasan dengan cara berlari mengelilingi lapangan Lodaya selama satu putaran. Pelatihan di Sekolah Sepak Bola Viking dibagi menjadi tiga sesi, yaitu sesi pertama yang berisi pelatihan dasar, istirahat, dan sesi kedua yang berisi pelatihan atau uji coba.



Gambar II.4. Salah satu kegiatan di Sekolah Sepak Bola Viking.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah melakukan pemanasan, para siswa diajari beberapa teknik dasar, seperti mengoper bola, *dribbling*, dan lain-lain dengan tingkat kesulitan yang bertambah. Setelah sesi pertama dilakukan para siswa beristirahat sebentar, sebelum melaksanakan sesi kedua.



Gambar II.5. Siswa SSB Viking melakukan gim internal.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah beristirahat, para siswa kembali melakukan latihan. Di sesi kedua ini, para siswa akan diajari lagi teknik dasar bermain sepak bola, atau melakukan simulasi untuk mempersiapkan diri apabila ada turnamen atau kompetisi yang diikuti oleh Sekolah Sepak Bola Viking.



Gambar II.6. Pelatih SSB Viking sedang memberikan arahan.
Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah sesi kedua, biasanya diadakan pendinginan untuk melemaskan otot, atau melakukan *briefing* untuk mempersiapkan diri menghadapi sebuah turnamen. Setelah itu, para siswa melakukan kegiatan berdoa setelah melakukan latihan, dilanjutkan dengan keluar ke tepi lapangan, kemudian membayar iuran terlebih dahulu, atau langsung mandi setelah latihan, dan dilanjutkan dengan pulang ke rumah masing-masing.

II.2.2 Pengertian Promosi

Biasanya dalam melakukan penjualan dan memasarkan produk barang maupun jasa, suatu perusahaan, baik kecil, hingga besar, selalu melakukan promosi terlebih dahulu, agar produknya bisa dikenal luas dan membuat masyarakat tertarik dan mau untuk menggunakan produk tersebut. Kata promosi berasal dari bahasa Latin *"Promovere"*, yang berarti melangkah ke depan, sedangkan sasaran dari promosi secara fungsional adalah merangsang pembelian di tempat *(immediately stimulating purchase)*. Selain iklan, ada banyak jenis-jenis promosi lainnya yang sama pentingnya di dalam strategi pemasaran (Kasali, 2007). Promosi merupakan salah satu alat komunikasi antara penjual dan pembeli yang sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis. Dengan berpromosi, penjual dapat menyebarkan informasi bisnisnya, mempengaruhi, atau membujuk konsumen agar produk yang dijual tidak dilupakan oleh konsumen. Selain itu, sebuah usaha semakin dikenal dan dapat diketahui banyak orang. Jika sudah dikenal, maka kemungkinan pembeli barang/jasa akan semakin banyak (Hapsari, 2010).

Menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia (1996), promosi adalah usaha-usaha di dalam komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dan konsumen. Usaha komunikasi tersebut dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri dari atas periklanan publisitas, hubungan masyarakat (humas), dan proyek khusus seperti pintu ke pintu/*door to door*, *direct mail* (pos langsung), dan *sampling* (per contoh). Sedang menurut Hahn dan Mangun (1999), promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan suatu produk atau jasa di tiap tempat jaringan penjualan.

II.2.3 Bauran Promosi

Bauran promosi, atau disebut juga dengan *promotion* mix, menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia (1996), adalah empat jenis promosi yang mendukung tercapainya tujuan pemasaran, termasuk didalamnya periklanan, penjualan langsung, publisitas, promosi penjualan memajang, dan pemakaian produk, pameran dagang, dan promosi lain.

Keempat komponen yang termasuk ke dalam bauran promosi antara lain:

1. Periklanan,
2. Penjualan Langsung,
3. *Personal Selling*,
4. Publisitas.

II.2.4 Periklanan

Periklanan adalah satalah satu cabang dari bauran promosi. Promosi periklanan sangat mudah ditemukan di dalam kehidupan sehari-hari, dan bisa dilihat setiap orang kapan saja, dan dimana saja. Kehadiran iklan dapat menarik perhatian dan minat orang. Promosi periklanan adalah salah satu kegiatan untuk melakukan promosi di bermacam-macam layanan yang menerima jasa iklan, seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Philip Kotler (seperti dikutip Hapsari, 2010), mendefinisikan periklanan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa secara nonpersonal oleh sponsor yang memerlukan pembayaran. Selain itu, fungsi dalam periklanan dapat dilihat pada dua sisi, yaitu sebagai alat pemasaran dan sebagai alat komunikasi. (Wright, 1981).

Tujuan dari periklanan secara umum ada tujuh, yaitu:

1. Menciptakan pengenalan merek dan perusahaan.
2. Memosisikan produk di mata konsumen.
3. Mendorong konsumen untuk mencoba barang/jasa yang ditawarkan.
4. Mendukung terjadinya pembelian ulang.
5. Membina loyalitas pelanggan.
6. Menginformasikan keistimewaan barang/jasa.
7. Meningkatkan citra.

Sedangkan tujuan periklanan ditinjau berdasarkan sasarannya ada lima, yaitu:

1. Iklan informatif, berisikan informasi-informasi mendalam yang ditawarkan sebuah produk. Iklan informatif biasanya berisikan pengumuman mengenai produk baru, keunggulan produk, harga, alamat, gambar produk, dan informasi lainnya.
2. Iklan persuasif, berfungsi untuk membujuk pembeli agar mau membeli produk yang ditawarkan. Iklan persuasif berisikan informasi-informasi mengenai kelebihan produk dan hal-hal lain yang dapat mempengaruhi konsumen.
3. Iklan pengingat (*reminding)*, berfungsi untuk menginformasikan kembali sebuah produk kepada konsumen, dan biasanya iklan pengingat dibuat oleh suatu perusahaan yang sudah mapan.
4. Iklan penambah nilai, bertujuan untuk meningkatkan nilai merek dalam persepsi konsumen dengan melakukan inovasi, perbaikan kualitas, dan penguatan persepsi.
5. Iklan bantuan aktivitas lain, bertujuan untuk memantau dan memfasilitasi usaha lainnya dalam proses komunikasi pemasaran sebuah produk (Hapsari, 2010).

II.2.5 Penjualan Langsung

Penjualan langsung *(direct selling)* adalah satu strategi penjualan yang dilakukan secara langsung kepada pelanggan. Pemasaran langsung tidak harus dilakukan dengan tatap muka, tetapi pemasarannya ditujukan secara langsung kepada seseorang. Penjualan langsung bisa dilakukan dengan melalui surat, telepon, faksimile, *e-mail*, dan alat penghubung nonpersonal lain untuk mendapatkan tanggapan dari calon pelanggan (Hapsari, 2010).

II.2.6 *Personal Selling*

Personal selling adalah strategi penjualan yang hanya dilakukan secara personal dan biasanya dilakukan seorang diri, seperti yang dilakukan *sales promotion girl* (SPG), penjual pakaian, dan penjual suatu produk yang menjajakan jualannya

dengan cara keliling. Sifat dari penjualan pribadi lebih luwes karena penjualnya bisa bertatap muka secara langsung.

II.2.7 Publisitas

Publisitas adalah salah satu bagian dari bauran promosi yang mempunyai tujuan membangun komunikasi antara perusahaan dengan publik. Contoh-contoh dari publisitas antara lain sebuah perusahaan membuat *editorial* mengenai profil atau kegiatan sosial perusahaanya di media cetak maupun televisi.

II.3 Data Lapangan

Dalam melakukan penelitian terhadap Sekolah Sepak Bola Viking, dibutuhkan data lapangan yang berasal dari beberapa metode, yaitu mencari teori dari sumbernya (studi literatur dan mencari dari internet), observasi lapangan, dan wawancara dengan orang-orang yang terlibat didalamnya.

II.3.1 Teori

Pencarian teori yang berhubungan langsung dengan masalah dan fenomena yang diangkat dilakukan melalui studi literatur, yaitu mencari buku atau makalah yang memuat topik-topik yang berkaitan dengan sepak bola, berikut tata cara pembinaannya, serta fenomena yang sedang terjadi, mencari buku yang berhubungan dengan promosi produk dan periklanan. Sedangkan cara lain yang digunakan untuk mencari teori tersebut adalah mencari artikel atau makalah dari internet.

II.3.2 Observasi dan Wawancara

Pencarian data lapangan juga dilakukan melalui observasi dan wawancara di lapangan. Diharapkan dengan melakukan kedua cara tersebut, maka akan diketahui fenomena dan permasalahan yang timbul di lapangan. Observasi dilakukan pada hari-hari yang dilakukan pada saat Sekolah Sepak Bola Viking melaksanakan latihannya, yaitu pada hari Selasa, Kamis, dan Minggu. Sedangkan untuk wawancara, ditentukan empat narasumber yang dipilih, yaitu dari staf

pelatih (Agus Atha), pengurus SSB (Tedi Ekek), orang tua siswa, dan masyarakat sekitar SSB Viking.

II.4 Analisa

II.4.1 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data lapangan dan mengumpulkan teori-teori, didapat beberapa pernyataan dan data-data yang telah disusun, antara lain :

1. Pola pelatihan yang dilakukan di Sekolah Sepak Bola Viking sesuai dengan kurikulum yang diterapkan.
2. Masyarakat paham terhadap adanya Sekolah Sepak Bola Viking, meskipun hanya disampaikan antar sesama pendukung Persib, serta adanya animo masyarakat yang tinggi untuk masuk. Hal tersebut sesuai dengan target yang dicapai Sekolah Sepak Bola Viking, yaitu merekrut pemain-pemain usia dini sebanyak-banyaknya. Hal itu ditunjukkan dengan peningkatan jumlah siswa, dimana pada bulan Januari 2016 jumlahnya sekitar 45 orang, sedangkan pada bulan April 2016, bertambah menjadi sekitar 50 orang. Para pembina memperkirakan jumlah siswa akan bertambah pada bulan Oktober 2016.
3. Keempat responden memiliki kesamaan pandangan mengenai sepak bola, khususnya sepak bola nasional. Keempatnya menginginkan sepak bola Indonesia maju dengan pembinaan dan kompetisi. Selain itu, keempat responden juga memiliki kesamaan mengenai perkembangan Sekolah Sepak Bola Viking, yang semakin berkembang.

II.4.2 Analisa 5W+1H

Selain dengan melakukan pengumpulan data dan teori, analisa juga dilakukan dengan menggunakan analisa 5W+1H.

What : Sekolah Sepak Bola Viking Bandung.

Who : Pendukung Persib *(bobotoh)* yang sudah berkeluarga, dan mempunyai anak kecil yang memiliki bakat bermain sepak bola.

Where : Sekretariat SSB Viking di kantor pusat Viking Persib Club, dan latihannya bertempat di Lapangan Lodaya.

When : Bulan April 2015, tapi baru melaksanakan latihan pada bulan November 2016.

Why : Menampung bakat-bakat sepak bola di kota Bandung.

How : Mengajarkan kurikulum sepak bola dan mendidik pemain sepak bola untuk bersaing di tingkat nasional.

II.4.3 Analisa SWOT

Untuk menentukan kekuatan dan kelemahan, analisa juga dilakukan dengan analisa SWOT.

Strength : Didirikan dan dijalankan oleh kelompok suporter Persib Bandung, Viking Persib Club, serta staf pelatihnya berasal dari mantan pemain Persib Bandung, seperti Yayan Sundana dan Agus Atha.

Weakness : Sekolah Sepak Bola Viking memiliki jumlah siswa yang cukup sedikit, dikarenakan perkembangannya yang masih perlahan-lahan.

Opportunity : Sekolah Sepak Bola Viking bisa menjadi sekolah sepak bola yang dapat menghasilkan pemain bertalenta yang bisa bermain di Persib Bandung, tim nasional, bahkan bermain di luar negeri.

Threat : Banyaknya sekolah sepak bola lainnya di Bandung yang sudah mapan dan memiliki banyak prestasi serta pelatih yang berkualitas.

Tabel II.1 Analisis SWOT

	Strength :	Weakness
Opportunity	Menambah jumlah pelatih berlisensi, serta SSB Viking membuka jalan untuk masuk ke dalam Diklat Persib.	Melakukan perekrutan calon siswa dengan cara seleksi dan latihan, serta peningkatan sarana dan prasarana.

Threat	Melakukan uji coba dan kerjasama dengan beberapa SSB lain di Kota Bandung yang lebih mapan.	Melakukan *roadshow* ke beberapa sekolah pilihan, serta ikut berpartisipasi di dalam kegiatan yang dilakukan Viking Persib Club.

Dari tabel analisis SWOT yang telah dikemukakan di atas, disimpulkan bahwa Sekolah Sepak Bola Viking memiliki keunggulan seperti memiliki pelatih yang pernah menjadi pemain Persib Bandung, tetapi memiliki kelemahan seperti masih berkembang secara perlahan-lahan dan kurangnya infrastruktur.

II.4 *Target Audience*

Dalam mementukan sasaran khalayak yang akan menjadi sasaran komunikasi, perlu adanya penentuan *target audience*.

II.4.1 Demografi

- Orang tua berusia 25-45 tahun.
- Sudah berkeluarga.
- Status ekonomi menengah ke bawah hingga menengah.
- Memiliki anak berusia 5-15 tahun.

II.4.2 Geografis

- Tinggal di wilayah Bandung Raya (Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat).

II.4.3 Psikografis

- Memiliki perhatian yang lebih terhadap masa depan anaknya.
- Memiliki *passion* yang besar terhadap Persib Bandung.
- Memiliki anak yang memiliki cita-cita menjadi pemain sepak bola profesional, khususnya menjadi pemain Persib Bandung.
- Punya perhatian besar terhadap sepak bola nasional.

II.5 Resume

Berdasarkan analisa yang telah disusun, disimpulkan bahwa agar terjadinya hubungan yang erat antara Sekolah Sepak Bola Viking dengan masyarakat, perlu adanya media khusus untuk memperkenalkan sekolah ini. Hal tersebut bertujuan untuk membangun komunikasi dengan tepat dan terarah, serta memudahkan masyarakat mencari informasi mengenai Sekolah Sepak Bola Viking.