

DAFTAR ISI

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.	11
C. Tujuan Penelitian.	12
D. Signifikasi Penelitian.	12
1. Akademis	12
2. Praktis	13
D.Tinjauan Pustaka.	13
E. Kerangka Teori	24
1. Mediatisasi	24
2. Logika Media	29
3. Media Event dan Sports Event	32
F. Metode Penelitian	38
1. Teknik Pengumpulan Data	38
2. Analisis Data.	42
G. Sistematika Penulisan	43

BAB II: NEGARA, MEDIA, dan *EVENT* OLAHRAGA 44

A. Pengantar	44
B. Pemerintahan Soekarno: Olahraga, Media dan Nasionalisme (1950 – 1965)	46
1. TVRI dan Asian Games	46
2. TVRI dan Ganefo	48
3. Media, Olahraga, dan Politik	50
C.Pemerintahan Soeharto: Prestasi dan Event Olahraga (1966 – 1998)	52

1. Event Olahraga dan Prestasi	52
2. Media dan Masyarakat Olahraga	58
3. Media, Prestasi, dan Komersialisasi	62
D. Reformasi: Media, Olahraga, dan Komersialisasi (1998 – Saat ini)	63
1. Kebebasan pers dan Berkembangnya Industri Media Massa	63
2. Media Olahraga dan Gaya Hidup	67
3. Olahraga dan Digitalisasi Informasi	69
3. Media dan Industrialisasi Olahraga	75
 BAB III: BOROBUDUR MARATHON DAN MEDIATISASI	
A Sejarah Borobudur Marathon	78
1. Kelahiran dan perkembangan Borobudur Marathon	78
2. Media dan Borobudur Marathon	80
3. Memasuki era Mediatisasi	82
B. Event Borobudur Marathon dalam lingkaran logika media	84
1. Perangkat Teknologi di Event Borobudur Marathon	84
1.1. Drone	84
1.2. Papan Teknologi	87
1.3. Aplikasi Sporthive	89
2. Platform Digital dan informasi dalam Borobudur Marathon	93
2.1. Facebook	94
2.2. Instagram	96
2.3. Youtube	100
2.4. Kompas.com	104
C. Borobudur marathon dan Logika Teknologi	107
D. Event Borobudur Marathon yang termediatisasi	110
1. Atlet dalam Ranah Mediatisasi	110
2. EBM Antara Prestasi dan Selebrasi Media	113

3. Tagline “Harmoni” dan Wisata Olahraga.	116
E. Event Borobudur Marathon dalam Logika Institusi	123
1. EBM dan Kompas sebagai Institusi	123
2. EBM dan Race Organizer.	126
3. EBM dan PB PASI	129
 BAB IV : IMPLIKASI MEDIATISASI <i>EVENT</i> BOROBUDUR MARATHON	
A. Implikasi Event Borobudur Marathon	132
1. Komodifikasi	132
2. Industrialisasi	142
3. Komersialisasi	146
B. Teknologi dan Berita Olahraga sebagai Media Event	153
C. Iklan, Media, dan Event Olahraga	158
D. Bergesernya Pengelolaan Event Marathon	163
E. Refleksi kritis	166
1. Kompleksitas Media Olahraga	166
2. Hilangnya makna kompetitif event olahraga.	170
 BAB V : KESIMPULAN	177