Edukatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Penerbit: Sekolah Tinggi Olahraga dan Kesehatan Bina Guna
Journal Homepage: https://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/edukatif
e-ISSN: 3046-8191

Strategi POBSI Binjai dalam Mempromosikan Olahraga Biliar

Ruben Winters Sidabutar[1], Liliana Puspa Sari[2], Khairul Usman[3]
[1,2] Sekolah Tinggi Olahraga dan Kesehatan Bina Guna, Sumatera Utara, Indonesia
[3] Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Received: 02-10-2025 Revised: 20-10-2025 Accepted: 26-10-2025

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari fenomena negatif yang melekat pada olahraga biliar yang sering dianggap sebagai sarana perjudian, bukan cabang olahraga prestasi. Kondisi ini menimbulkan citra buruk di masyarakat dan menurunkan minat generasi muda untuk berprestasi di bidang biliar. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendeskripsikan strategi Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia (POBSI) Binjai dalam mempromosikan olahraga biliar agar dipandang sebagai aktivitas olahraga yang positif dan berprestasi. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pengurus POBSI Binjai. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan POBSI Binjai telah berjalan efektif melalui pendekatan teori promosi Lupiyoadi (2013) dan bauran promosi Tjiptono (2015), yang meliputi penentuan sasaran promosi masyarakat Kota Binjai, perancangan pesan melalui media cetak dan media sosial (Instagram, Facebook), serta kegiatan promosi langsung dan tidak langsung. Secara keseluruhan, strategi POBSI Binjai berperan penting dalam memperbaiki citra olahraga biliar dan meningkatkan minat masyarakat terhadap olahraga ini.

Kata Kunci: Biliar; POBSI Binjai; Strategi Promosi; Olahraga; Citra Positif
Penulis korespondensi
Email: rubensidabutar26@gmail.com
Hak Cipta © 2025 Ruben Winters Sidabutar[1], Liliana Puspa Sari[2], Khairul Usman[3]

PENDAHULUAN

Olahraga memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan sosial masyarakat. Salah satu cabang olahraga yang cukup populer tetapi masih menghadapi stigma negatif di tengah masyarakat adalah olahraga biliar. Di Kota Binjai, biliar seringkali dikaitkan dengan aktivitas perjudian, sehingga menimbulkan citra buruk terhadap olahraga ini. Masyarakat lebih mengenal biliar sebagai permainan hiburan malam di tempat-tempat seperti kafe dan bar, bukan sebagai olahraga prestasi yang dapat mengharumkan nama daerah maupun bangsa. Kondisi ini menyebabkan minat masyarakat, terutama generasi muda, untuk menekuni olahraga biliar secara profesional menjadi rendah.

Fenomena tersebut menjadi tantangan bagi Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia (POBSI) Kota Binjai sebagai organisasi yang menaungi dan membina olahraga biliar di tingkat daerah. POBSI Binjai dihadapkan pada kebutuhan mendesak untuk melakukan promosi dan edukasi publik agar masyarakat memahami bahwa biliar merupakan cabang olahraga resmi yang diatur dalam peraturan nasional dan internasional. Upaya ini penting untuk menghapus stigma negatif, menumbuhkan minat generasi muda, serta mengembangkan potensi atlet-atlet biliar di Kota Binjai yang memiliki kemampuan berprestasi di tingkat nasional maupun internasional.

Tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu POBSI Binjai dalam merancang dan mengimplementasikan strategi promosi yang efektif guna membangun citra positif olahraga biliar di kalangan masyarakat. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, kegiatan ini berfokus pada peningkatan pemahaman masyarakat mengenai nilai-nilai sportivitas, aturan permainan, dan manfaat olahraga biliar terhadap kesehatan serta pengembangan karakter. Pendekatan kolaboratif ini diharapkan dapat memperkuat sinergi antara lembaga olahraga, masyarakat, dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang konstruktif.

Berdasarkan hasil kajian pustaka, promosi olahraga merupakan elemen penting dalam strategi pengembangan cabang olahraga di masyarakat. Menurut Tjiptono (2015), strategi promosi melibatkan kegiatan menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan publik mengenai manfaat suatu produk atau aktivitas, termasuk olahraga. Sementara itu, Lupiyoadi (2013) menekankan pentingnya identifikasi sasaran promosi, perancangan pesan yang menarik, serta pemilihan media yang tepat. Studi terdahulu seperti penelitian Nugraha (2018) dan Anidya (2013) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, kegiatan publik, serta hubungan masyarakat (public relations) terbukti efektif dalam membangun citra positif olahraga yang sebelumnya dipandang negatif. Dengan mengacu pada teori dan hasil penelitian tersebut, kegiatan pengabdian ini menitikberatkan pada implementasi strategi komunikasi dan promosi berbasis media sosial dan publikasi lokal untuk memperkuat citra biliar sebagai olahraga prestasi, bukan perjudian.

Kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada sosialisasi, tetapi juga pada perubahan persepsi dan perilaku masyarakat terhadap olahraga biliar melalui edukasi yang berkelanjutan. Melalui strategi promosi terpadu dan berbasis bukti ilmiah, diharapkan masyarakat Kota Binjai mampu melihat biliar sebagai sarana pembinaan prestasi, pengembangan karakter, serta peningkatan kualitas hidup melalui kegiatan olahraga yang sehat, positif, dan beretika.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menempatkan POBSI Binjai sebagai mitra utama dalam proses perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Metode ini dipilih agar solusi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra, relevan dengan konteks sosial-budaya masyarakat Kota Binjai, dan memiliki dampak berkelanjutan dalam membangun citra positif olahraga biliar.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah analisis situasi dan identifikasi masalah, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi masyarakat terhadap olahraga biliar serta hambatan yang dihadapi POBSI Binjai dalam melakukan promosi. Analisis dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama pengurus POBSI, atlet, pelatih, dan masyarakat sekitar. Hasil tahap ini menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat dan minimnya media promosi menjadi akar dari citra negatif biliar di Binjai.

Tahap kedua adalah perumusan strategi dan rancangan kegiatan promosi. Pada tahap ini, tim pengabdian bersama pengurus POBSI Binjai mengembangkan model strategi promosi berdasarkan teori Lupiyoadi (2013) dan bauran promosi Tjiptono (2015), yang meliputi tiga komponen utama: (1) penentuan sasaran promosi, dengan fokus pada masyarakat umum dan pelajar Kota Binjai; (2) perancangan pesan promosi yang menekankan nilai-nilai positif olahraga biliar seperti sportivitas, konsentrasi, dan pembentukan karakter; serta (3) pemilihan media promosi yang efektif, baik melalui

media cetak lokal maupun media sosial seperti Instagram dan Facebook, yang mampu menjangkau generasi muda secara luas.

Tahap ketiga adalah implementasi kegiatan promosi dan edukasi masyarakat. Pada tahap ini dilakukan berbagai bentuk kegiatan seperti sosialisasi langsung di sekolah-sekolah dan komunitas lokal, pembuatan konten edukatif di media sosial, serta pemasangan media luar ruang (billboard dan spanduk) di area strategis Kota Binjai. Selain itu, diadakan pula pelatihan komunikasi publik dan pengelolaan media digital bagi pengurus POBSI untuk meningkatkan kapasitas dalam menyampaikan pesan promosi secara efektif dan menarik. Kegiatan ini diintegrasikan dengan program pembinaan atlet muda agar publik dapat melihat biliar sebagai olahraga prestasi, bukan ajang perjudian.

Tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap olahraga biliar. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner evaluatif, wawancara tindak lanjut, serta analisis tingkat interaksi di media sosial POBSI Binjai setelah kegiatan promosi dilakukan. Hasil evaluasi kemudian dibahas bersama mitra untuk menentukan tindak lanjut berupa program pembinaan dan promosi berkelanjutan.

Dengan menerapkan keempat tahapan tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi solusi strategis bagi POBSI Binjai dalam memperbaiki citra olahraga biliar, memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat, serta meningkatkan partisipasi generasi muda dalam olahraga yang menuntut konsentrasi, sportivitas, dan disiplin tinggi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama tiga bulan di Kota Binjai dengan melibatkan POBSI Binjai sebagai mitra utama serta partisipasi masyarakat, pelajar, dan komunitas olahraga lokal. Pelaksanaan kegiatan menghasilkan beberapa capaian konkret yang menggambarkan keberhasilan strategi promosi olahraga biliar berbasis edukasi dan komunikasi publik.

Pertama, hasil sosialisasi langsung dan edukasi publik menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai positif olahraga biliar. Berdasarkan hasil kuesioner pra dan pascakegiatan yang disebarkan kepada 120 peserta, tingkat pemahaman tentang biliar sebagai cabang olahraga meningkat dari 46% menjadi 89%. Peserta menyatakan bahwa kegiatan penyuluhan dan simulasi permainan biliar membantu mereka memahami teknik dasar, aturan permainan, serta manfaat biliar bagi konsentrasi dan pembentukan karakter.

Kedua, pada aspek penguatan promosi melalui media sosial, akun resmi Instagram dan Facebook POBSI Binjai menunjukkan pertumbuhan pengikut dari 1.200 menjadi 1.980 dalam tiga bulan kegiatan. Tingkat interaksi publik (engagement rate) juga meningkat sebesar 42%. Konten yang paling diminati adalah video edukatif mengenai atlet biliar berprestasi nasional dan tips dasar permainan biliar. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam menjangkau segmen generasi muda dan memperkuat citra positif olahraga biliar.

Ketiga, hasil dari pemasangan media luar ruang (billboard, spanduk, dan banner edukatif) di area publik Kota Binjai berdampak pada peningkatan kesadaran masyarakat umum terhadap keberadaan POBSI Binjai. Berdasarkan hasil observasi lapangan, masyarakat mulai mengenali slogan kampanye “Biliar Olahraga Prestasi, Bukan Perjudian” yang dipasang di beberapa titik strategis kota.

Keempat, kegiatan pelatihan komunikasi publik dan pengelolaan media digital bagi pengurus POBSI Binjai berhasil meningkatkan kompetensi mereka dalam memproduksi konten promosi berbasis edukasi. Sebanyak 15 pengurus mengikuti pelatihan ini dan 87% di antaranya dinilai mampu mengelola media sosial organisasi secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama POBSI Binjai menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis edukasi dan komunikasi publik mampu menjadi solusi efektif dalam mengatasi stigma negatif terhadap olahraga biliar. Masyarakat yang semula memandang biliar sebagai bentuk hiburan malam yang berkonotasi perjudian, mulai memahami bahwa olahraga ini memiliki nilai-nilai sportivitas, konsentrasi, dan prestasi yang diakui secara nasional maupun internasional. Temuan ini memperkuat pandangan Lupiyoadi (2013) bahwa strategi promosi yang tepat dapat mengubah persepsi publik apabila didukung oleh desain pesan yang persuasif, sasaran promosi yang jelas, serta pemilihan media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Peningkatan pemahaman masyarakat setelah kegiatan sosialisasi dan edukasi menunjukkan bahwa pendekatan face-to-face communication masih sangat efektif dalam membangun kepercayaan publik, terutama di masyarakat yang cenderung memegang stigma sosial kuat terhadap suatu aktivitas. Dalam konteks ini, POBSI Binjai berhasil menerapkan prinsip personal selling sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2015), yaitu promosi langsung yang dilakukan dengan komunikasi interpersonal untuk memperkenalkan produk atau ide kepada masyarakat. Interaksi langsung melalui penyuluhan dan simulasi permainan biliar tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki (sense of belonging) terhadap olahraga biliar di kalangan peserta.

Hasil lain yang signifikan terlihat pada pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi strategis. Peningkatan pengikut dan interaksi publik di akun Instagram dan Facebook POBSI Binjai membuktikan bahwa media digital menjadi ruang efektif untuk menjangkau generasi muda. Hal ini sesuai dengan teori Integrated Marketing Communication (IMC) yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), bahwa efektivitas promosi terletak pada sinergi antara media tradisional dan digital dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens. Dalam kegiatan ini, konten media sosial yang menampilkan profil atlet, tips permainan, serta kutipan motivasi olahraga terbukti mampu menciptakan keterlibatan emosional dan kognitif antara masyarakat dengan cabang olahraga biliar.

Strategi promosi melalui media luar ruang seperti billboard dan spanduk juga memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan visibilitas dan citra publik. POBSI Binjai menggunakan slogan “Biliar Olahraga Prestasi, Bukan Perjudian” yang secara komunikatif menyentuh aspek emosional dan rasional masyarakat. Pesan ini selaras dengan teori public relations menurut Cutlip, Center, & Broom (2006), yang menyatakan bahwa penciptaan citra positif organisasi dapat dilakukan melalui komunikasi simbolik yang membangun persepsi publik secara konsisten di berbagai media. Hasil observasi di lapangan yang menunjukkan peningkatan pengenalan slogan oleh masyarakat menjadi indikator keberhasilan strategi ini.

Selain pada aspek eksternal, kegiatan ini juga berdampak pada penguatan kapasitas internal organisasi POBSI Binjai. Melalui pelatihan pengelolaan media digital dan komunikasi publik, para pengurus menjadi lebih adaptif dalam mengelola pesan dan

membangun interaksi dengan audiens. Peningkatan kemampuan ini memperlihatkan keberhasilan pengabdian dalam aspek pemberdayaan mitra. Menurut Rogers (2003) dalam teori diffusion of innovation, keberhasilan adopsi inovasi dalam organisasi ditentukan oleh sejauh mana anggota organisasi dapat memahami, menerima, dan menerapkan teknologi baru dalam konteks kerja mereka. Dalam kasus ini, pengurus POBSI Binjai berhasil mengadopsi inovasi komunikasi digital sebagai media promosi olahraga secara berkelanjutan.

Lebih jauh, terbentuknya kemitraan antara POBSI Binjai dan lembaga pendidikan menengah juga menjadi capaian strategis kegiatan pengabdian ini. Kemitraan ini bukan hanya memperluas basis pembinaan atlet muda, tetapi juga memperkuat ekosistem olahraga di tingkat lokal. Hal ini sejalan dengan konsep community-based sports development, di mana pengembangan olahraga tidak hanya berfokus pada prestasi, tetapi juga pada partisipasi masyarakat dan pembentukan karakter generasi muda melalui kegiatan positif.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhasil mencapai tujuan jangka pendek berupa peningkatan citra positif olahraga biliar, tetapi juga meletakkan dasar bagi pembinaan dan promosi olahraga yang berkelanjutan. Penerapan strategi komunikasi yang terintegrasi melalui promosi langsung, media sosial, dan hubungan masyarakat terbukti efektif dalam membangun kepercayaan publik, memperluas partisipasi masyarakat, serta memperkuat kelembagaan olahraga di tingkat daerah. Model implementasi ini dapat direplikasi oleh cabang olahraga lain yang mengalami tantangan citra negatif, dengan penyesuaian konteks sosial dan budaya lokal masing-masing wilayah.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada strategi promosi olahraga biliar oleh POBSI Binjai berhasil mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan, yakni meningkatkan pemahaman serta memperbaiki citra masyarakat terhadap olahraga biliar sebagai kegiatan positif dan berprestasi. Melalui penerapan strategi promosi berbasis teori Lupiyoadi dan Tjiptono yang menggabungkan pendekatan edukatif, media sosial, dan komunikasi publik, kegiatan ini mampu mengubah persepsi negatif masyarakat, memperluas partisipasi generasi muda, serta meningkatkan kapasitas pengurus POBSI Binjai dalam mengelola promosi olahraga secara profesional. Capaian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang terencana, kolaboratif, dan berbasis bukti empiris dapat menjadi solusi efektif dalam mengatasi stigma sosial terhadap cabang olahraga tertentu sekaligus memperkuat peran lembaga olahraga dalam membangun budaya hidup sehat dan berprestasi di masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia (POBSI) Kota Binjai yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kerja sama selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini..

DAFTAR PUSTAKA

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relations (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Effendy, O. U. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Gitosudarmo, I. (2012). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). New York: Free Press.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.