

PERAN HUMAS LEMBAGA KOMITE OLAHRAGA NASIONAL INDONESIA (KONI) PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MEMPERBAIKI CITRA

THE ROLE OF THE PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT OF THE INDONESIAN NATIONAL SPORTS COMMITTEE (KONI) OF EAST JAVA PROVINCE IN IMPROVING IMAGE

Zalita Andini¹, Mohammad Insan Romadhan², Nara Garini Ayuningrum³, Faellen Yuan Dias Cercio⁴

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya^{1,2,3,4}.

Korespondensi: zalitaandini@gmail.com

<p>INFO ARTIKEL</p>	<p>ABSTRAK</p>
<p>Sejarah Artikel: Diterima: 07/01/2026 Direvisi: 20/01/2026 Publikasi: 11/03/2026</p>	<p>Humas adalah bidang yang diperlukan oleh setiap lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran humas KONI Jawa Timur dalam memperbaiki citra. Penelitian ini menggunakan teori Dozier dan Broom. lalu dilakukan observasi kecenderungan menggunakan teori image restoration William Benoit yaitu Denial, Strategi menghindari tanggung jawab, Strategi mengurangi serangan, Tindakan korektif atau perbaikan, dan Menanggung akibat krisis. Penelitian jenis ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, pada saat humas KONI melaksanakan 4 teori Dozier dan Broom, poin Expert prescriber mereka menggunakan pendekatan restorasi Denial (penyangkalan). Pada poin Fasilitator komunikasi, mereka menggunakan pendekatan restorasi Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan). Pada poin Fasilitator pemecahan masalah, humas KONI Jawa Timur menggunakan pendekatan Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan) dan Denial (shifting blame). Terakhir pada poin Teknisi komunikasi humas KONI menggunakan restorasi Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan).</p>
<p>e-ISSN: 0000-xxxx p-ISSN: 0000-xxxx</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Kata Kunci: Humas, Citra, Provinsi, Jawa Timur.</p> <p>Keywords: Public Relations, Image, Provence, East Java.</p>	<p><i>Public relations is a field that is needed by every institution. This study aims to determine the role of public relations of KONI East Java in improving its image. This study uses the theory of Dozier and Broom, namely Expert Prescriber, Communication Facilitator, Problem Solving Process Facilitator, and Communication Technician, then an observation of tendencies is carried out using William Benoit's image restoration theory, namely Denial, Strategy to avoid responsibility, Strategy to reduce attacks, Corrective action or improvement, and Bearing the consequences of the crisis. This type of research is qualitative descriptive research. The data collected include interviews, observations, and documentation. Based on the results of the study, when KONI public relations implemented the 4 theories of Dozier and Broom, the Expert prescriber point they used the Denial restoration approach (denial). At the Communication Facilitator point, they used the Reducing The Offensive restoration approach (strategy to reduce attacks). At the point of the problem-solving facilitator, the public relations of KONI East Java used the Reducing The Offensive approach (strategy to reduce attacks) and Denial (shifting blame). Finally, at the point of the communication technician, the public relations of KONI used the restoration of Reducing The Offensive (strategy to reduce attacks).</i></p>

PENDAHULUAN

Di era 4.0 serta persaingan yang semakin ketat, membangun citra merupakan tuntutan yang wajib dicermati baik oleh lembaga swasta, yayasan, organisasi, bahkan pemerintahan. Citra tidak dapat dibangun hanya dengan sehari ataupun dua hari, citra dibangun mulai dari perusahaan tersebut beroperasi sampai nanti perusahaan tersebut sudah tidak dapat menjalankan operasionalnya kembali. Citra organisasi adalah suatu hal yang sangat penting karena dari citra inilah publik dapat berpendapat mengenai suatu instansi atau organisasi. Berdasarkan citra yang dibentuk oleh sebuah instansi, maka publik dapat memberikan penilaian terhadap instansi atau organisasi tersebut. Dalam praktik kehumasan menciptakan opini publik ada tiga cara yaitu tekanan (*pressure*), membeli (*buying*), dan bujukan (*persuasive*). Semua itu bertujuan membentuk opini publik sesuai dengan keinginan pihak komunikator (Ardianto, 2009).

Hubungan masyarakat atau humas pasti sudah tidak asing lagi di telinga kita. Hubungan masyarakat juga kerap kali disebut humas, pada dasarnya adalah suatu aktivitas yang pasti dilakukan oleh semua jenis lembaga. Ini termasuk lembaga pemerintah, lembaga sosial, lembaga pendidikan, serta perusahaan. Hal ini terjadi karena dalam kehidupan manusia selain sebagai makhluk individu juga sebagai makhluk sosial. Dimanapun manusia berada, mereka akan tetap berinteraksi dengan komunitas, baik yang dekat maupun yang lebih luas (Retna Windriati et al., 2019).

Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) adalah lembaga otoritas keolahragaan di Indonesia. Mengutip dari laman resmi KONI, Komite Olahraga Nasional Indonesia adalah satu-satunya organisasi yang berwenang dan bertanggung jawab mengelola, membina, mengembangkan, serta mengkoordinasikan seluruh pelaksanaan kegiatan olahraga prestasi setiap anggota di Indonesia. Kantor pusat KONI berada di Jakarta. KONI memiliki anggota 34 KONI Provinsi yang membawahi 514 KONI Kabupaten/Kota, 71 organisasi induk cabang olahraga dan 6 organisasi fungsional.

Humas Lembaga Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Provinsi Jawa Timur pada dasarnya bersifat non-komersil. Mayoritas humas KONI sangat berkaitan dengan publikasi, dokumentasi, pemberitaan, dan masalah publik. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh KONI Provinsi Jawa Timur adalah menjalin hubungan baik dengan media, menjadi jembatan antara internal dan eksternal organisasi, mempublikasikan berbagai kegiatan serta prestasi atlet di sosial media, dan memberikan ide, saran, serta masukan dalam memperbaiki citra.

Ketertarikan peneliti hingga akhirnya memilih untuk meneliti KONI Jawa Timur karena lembaga KONI Jawa Timur sangat jarang dan hampir tidak pernah diterpa pemberitaan negatif baik secara langsung maupun di media. Peneliti hampir tidak menemukan pemberitaan yang buruk tentang KONI Jawa Timur. Akhirnya, peneliti menemukan 1 berita yang di unggah oleh www.fnn.co.id pada 7 Maret 2020 dan menjadikannya sebagai acuan pada penelitian kali ini. Peneliti berupaya mengkaji menggunakan teori *image restoration* dan peran humas menurut Dozier and Broom, lalu dikaji menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Teori *image restoration* juga dikenal sebagai teori *image repair* karena membahas tentang upaya memperbaiki atau membangun citra yang rusak. Teori *image restoration* ini memiliki 5 strategi untuk memperbaiki citra yang rusak yaitu Denial (*penyangkalan*), *Evasion of responsibility* (*strategi menghindari tanggung jawab*), *Reducing the offensive* (*strategi mengurangi serangan*), *Corrective action* (*tindakan korektif atau perbaikan*), *Mortification* (*menanggung akibat dari krisis*) (Benoit, 2014).

Peranan humas menurut Dozier and Broom (Ruslan, 2014) ada 4 yaitu Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*), dan Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*). Peneliti

akan banyak memaparkan 4 peran humas KONI Jawa Timur menurut Dozier dan Broom dan dikaji dengan teori restorasi yang biasa digunakan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui Peran Humas Lembaga Komite Olahraga Nasional (KONI) Provinsi Jawa Timur dalam memperbaiki citra. Hal-hal yang melandasi penelitian ini perlu untuk dilakukan karena adanya pemberitaan dugaan kasus korupsi di KONI Jawa Timur yang berdampak pada citra organisasi, selain itu bagaimana peran humas dalam memperbaiki citra KONI Jawa Timur pasca adanya pemberitaan tersebut. Berdasarkan pemaparan latar belakang serta alasan diatas maka peneliti melakukan pembahasan dan penelitian berjudul "PERAN HUMAS LEMBAGA KOMITE OLAHRAGA NASIONAL INDONESIA (KONI) PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MEMPERBAIKI CITRA"

METODE

Penelitian kualitatif yaitu metode yang dilandasi oleh filsafat post-positivisme, dipakai untuk penelitian dengan situasi objek yang alamiah, peneliti merupakan instrument kunci, sumber data berupa sampel yang diambil dengan cara snowball dan purposive, teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi, dan analisa bersifat kualitatif/induktif. Generalisasi lebih ditekankan pada hasil penelitian kualitatif (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan triangulasi data, yaitu untuk menguji kredibilitas data dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dari wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner (Sugiyono, 2018).

Penelitian jenis ini adalah kualitatif dan bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara detail. Peneliti menyusun deskripsi mengenai situasi yang dihadapi di lapangan dan menganalisis agar bisa mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan penelitian yang diinginkan peneliti. Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada pertimbangan dari data-data yang telah dikumpulkan yaitu meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi (Tsalshabila et al., 2024).

Subjek pada penelitian ini adalah kepala divisi humas Lembaga Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Provinsi Jawa Timur. Objek pada penelitian ini adalah divisi humas Lembaga Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Provinsi Jawa Timur. Dalam penelitian ini, teknik untuk mengumpulkan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ketiga metode pengumpulan data tersebut dimanfaatkan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai masalah yang sedang diteliti (Romadhan, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Deskripsi Objek Penelitian

Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Jawa Timur merupakan organisasi keolahragaan yang bertugas mengelola, mengembangkan, dan mengkoordinasikan olahraga prestasi di wilayah Jawa Timur. KONI Jawa Timur memiliki visi "Menjadi organisasi yang modern, independen, dan profesional untuk membangun karakter unggul Bangsa Indonesia, memperkokoh persatuan dan kesatuan serta mengangkat harkat dan martabat bangsa melalui pembinaan olahraga prestasi" dengan misi "Memberikan dukungan kepada para atlet untuk mencapai puncak prestasi dan menanamkan nilai-nilai olimpiade agar menjadi sumber inspirasi bagi seluruh rakyat Indonesia." Divisi Humas dan Media KONI Jawa Timur beranggotakan 8 orang dengan tugas utama melakukan publikasi prestasi atlet, membuat *press release*, menjalin hubungan dengan wartawan/media, mengelola media sosial, dan menjadi jembatan komunikasi antara internal dan eksternal organisasi.

2.2 Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah bukti pemberitaan dugaan potensi korupsi dana hibah KONI yang dijadikan sumber acuan oleh peneliti.



Gambar 1. Pemberitaan Potensi Korupsi Dana Hibah KONI
 Sumber: www.fnn.co.id

2.1. Implementasi Peran Humas sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang humas atau *Public relations professional* wajib untuk membantu mencari solusi dalam menyelesaikan permasalahan baik dengan internal maupun eksternal perusahaan, seperti dengan publiknya. Humas bekerjasama dengan ketua dalam rangka memberikan ide serta masukan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan divisi humas KONI Jawa Timur, humas KONI Jawa Timur selalu memberikan ide serta masukan untuk segala bentuk kegiatan dan atau permasalahan yang sedang terjadi. Untuk dugaan kasus korupsi sendiri, jika memang benar terjadi pasti KONI Jawa Timur sudah dilakukan pengeledahan dan pemeriksaan oleh pihak berwajib. Tetapi berdasarkan keterangan dari pihak humas, KONI Jawa Timur tidak pernah ada pengeledahan dan tidak pernah terlibat kasus dugaan korupsi yang dilakukan oleh ketua ataupun anggota KONI.

Humas KONI Jawa Timur memberikan saran dan masukan kepada ketua ketika sedang diterpa isu atau masalah, bisa dengan mengundang pokja untuk melakukan liputan / *press release* / *press conference*" Dalam teori penasihat ahli, humas KONI cenderung menggunakan teori restorasi **Denial (penyangkalan)**. Hal ini berdasarkan keterangan dari pihak Humas bahwa untuk dugaan kasus korupsi sendiri, jika memang benar terjadi pasti KONI Jawa Timur sudah dilakukan pengeledahan dan pemeriksaan oleh pihak berwajib. Tetapi berdasarkan keterangan dari pihak humas, KONI Jawa Timur tidak pernah ada pengeledahan dan tidak pernah terlibat kasus dugaan korupsi yang dilakukan oleh ketua ataupun anggota KONI.

Penjelasan tersebut seakan berseberangan. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan narasumber 1 pada Selasa 25 Maret 2025, kurang lebih 8 atau 9 hari kemudian KPK melakukan pengeledahan di kantor KONI Jawa Timur atas dugaan korupsi dana hibah. Berikut ini adalah pemberitaan terkait pengeledahan yang dilakukan oleh KPK di kantor KONI Jatim.



Gambar 2. Pemberitaan terkini KONI Jawa Timur terkait pengeledahan
 Sumber : *youtube* TvOne & kompas

Ketika dimintai keterangan oleh peneliti terkait adanya pengeledahan tersebut, humas KONI Jawa Timur hanya mengirim *press release* yang berisi keterbukaan serta tindakan kooperatif ketua KONI Jawa Timur bapak Z, tidak ada yang ditutup-tutupi. Berdasarkan pemaparan dari Narasumber 2 selaku bidang Y, beliau menyatakan bahwa memang terjadi pengeledahan kurang lebih sekitar 6-8jam pada hari Selasa 15 April 2025.



Gambar 3. *Press Release* yang di Unggah pasca adanya pengeledahan di kantor KONI Jawa Timur
 Sumber: www.memorandum.co.id

2.2. Peran sebagai Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator)

Seorang humas harus memiliki kemampuan menjadi fasilitator komunikasi. Humas menjadi garda terdepan dalam menjembatani organisasi dengan masyarakat. Humas KONI Jawa Timur pun selalu berupaya untuk menyampaikan keinginan serta harapan yang dikehendaki organisasinya. Humas juga memiliki peran sebagai mata rantai manajemen dan penerjemah kepada publik. Pada peran humas KONI Jawa Timur ini ditemukan bahwa organisasi sudah memfasilitasi komunikasi antara pihak humas dengan masyarakat serta media sehingga terjadi sinergitas dan kerjasama yang baik dengan KONI Jawa Timur.

Di dalam kasus atau pemberitaan miring tersebut, humas KONI Jawa Timur segera membuat berita klarifikasi namun secara tidak langsung (dengan tidak menuliskan judul headline klarifikasi secara terang-terangan) namun menggunakan judul yang lebih positif seperti “Pemprov Jatim berhasil cairkan bonus atlet peraih medali di PON XX Papua” dan “Termin pertama bonus atlet PON Jatim akhirnya cair”

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, KONI menjelaskan kembali keinginan dan harapan dalam proses perbaikan citra dengan cara mem-*publish* berita-berita positif para atlet dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat. Agar komunikasi dapat tersampaikan, humas KONI Jawa Timur melibatkan pihak internal dan eksternal agar komunikasinya dapat tersampaikan dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara, humas KONI Jawa Timur selalu membuat judul berita atau *headline* dengan dengan judul yang baik dan positif, jika wartawan (pokja) KONI mengganti dengan bahasa mereka sendiri ya juga tidak apa-apa, karena bisa jadi tuntutan dari media masing-masing. Jika humas KONI Jawa Timur ingin mempublikasi beritanya maka akan memanfaatkan rekan-rekan pokja.

Hubungan antara peran humas sebagai fasilitator komunikasi dengan teori *image restoration* yaitu dalam proses memperbaiki citra Humas KONI menggunakan cara dengan melakukan publikasi *press release*, *press release* ini berisikan berita positif untuk mengungkapkan kembali harapan dari pihak internal KONI Jawa Timur dalam rangka menurunkan dampak dari krisis yang terjadi. Hal ini masuk dalam **Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan)** karena dengan *press release* ini diharapkan akan menurunkan serangan dan meningkatkan citra baik di masyarakat. Ditambah dengan peran humas sebagai fasilitator komunikasi yang mejalin hubungan dengan pihak eksternal yaitu Pokja (Kelompok Kerja) dari beberapa media Jawa Timur, hal ini tentu sangat bermanfaat karena berita yang dibuat oleh Humas KONI dapat tersebar lebih luas dan cepat sehingga lebih efektif dalam memperbaiki citra organisasi.



Gambar 4. Pemberitaan Tentang Prestasi Atlet Meningkatkan

Sumber: *website konijawatimur.co* Juni 2022

2.3 Implementasi Peran Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Dalam proses pemecahan masalah, seorang humas harus memahami dan dapat menggunakan kemampuannya agar proses penanggulangan masalah dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Peran Humas KONI sebagai fasilitator proses pemecahan masalah sudah dilakukan dengan membantu pada proses pemecahan masalah hingga pengambilan keputusan. Bila dianalisa melalui masalah pada penelitian ini, Humas KONI Jawa Timur membuat *press release* berisi sanggahan dalam penyelesaian masalahnya pada saat menghadapi krisis. Draf *press release* ini dibuat oleh Humas KONI, kemudian draf tersebut di kirim ke media-media rekanan humas KONI, rekanan media humas KONI melakukan editing isi *press release* dengan inti/tujuan yang sama dengan draf yang disampaikan oleh humas KONI agar menjadi berita dengan tujuan yang seragam, kemudian masing-masing media akan mempublikasi *press release* tersebut di platform masing-masing (cth: Jawapos, Radar, Tribun dsb).

Peneliti memperdalam pertanyaan terkait kesamaan berita yang diunggah oleh rekan-rekan wartawan. Pihak humas KONI mengatakan akan lebih senang jika rilis yang diunggah sama semua, karena tujuan utama dalam publikasi *press release* adalah untuk menyamakan persepsi. humas KONI Jawa Timur mengatakan akan lebih senang jika pemberitaan yang dikirimkan oleh humas bisa diunggah dengan inti yang sama/selaras. Karena tujuan dibuatnya *press release* adalah untuk menyamakan persepsi.

Selain itu, langkah yang diterapkan humas KONI Jawa Timur agar isu/permasalahan tersebut tidak dianggap sebagai masalah besar ialah mereka berusaha agar tidak “berkucing tipis” atau mudah marah dan tersinggung dalam menyikapi pemberitaan, baik di media maupun di ranah masyarakat. Agar permasalahan tidak semakin memburuk, pihak humas KONI Jawa Timur segera mengeluarkan *press release* untuk memberikan penjelasan secara resmi kepada khalayak.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, cara yang dilakukan humas KONI Jawa Timur dianggap sudah cukup efektif karena dikeluarkan secara resmi dan terpublikasi di *platform* pokja masing-masing, yaitu berupa berita-berita klarifikasi atau positif dari para atlet Jawa Timur sehingga cukup efektif untuk memperbaiki citra KONI akibat berita dugaan negatif yang muncul. Mereka juga menyampaikan pada rekan-rekan wartawan dan masyarakat sekitar yang bertanya bahwa pencairan bonus tersebut bukan melalui KONI Jawa Timur, melainkan langsung dari Pemprov/Pemda ke rekening atlet dan pelatih. Jadi, pada saat kejadian itu, KONI pun tidak tahu-menahu kapan bonus tersebut dapat cair dari pemerintah. Berdasarkan pada keterangan narasumber kedua juga mengatakan hal yang sama, bahwa proses pencairan biasanya melalui dispora.

Lalu, jika kita melihat berdasarkan keterangan yang diberikan oleh humas KONI Jawa Timur pada saat wawancara dengan peneliti “Kalau bonus itu kan urusannya pemerintah bukan urusan KONI lagi. Biasanya melalui Pemprov (pemerintah provinsi) ke Pemkot (pemerintahan kota) dan langsung ke rekening bank jatim mereka masing-masing, bisa juga melalui Dispora”. Berdasarkan jawaban tersebut, peneliti menganggap bahwa humas KONI Jawa Timur sedang menjalankan strategi **Denial menyalahkan pihak lain atau mencari kambing hitam (*shifting blame*)**.

Hubungan antara peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah dengan *image restoration theory* yaitu Humas KONI menggunakan **Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan)**. Secara umum KONI Jawa Timur tidak menyangkal melakukan tindakan korupsi tersebut melalui *press release*, tetapi KONI berupaya untuk mengurangi dampak negatif atas pemberitaan atau isu yang beredar dan berusaha memperbaiki turunnya citra positif di masyarakat. Hal ini KONI berupaya untuk meyakinkan masyarakat bahwa kasus korupsi yang muncul bukan merupakan ancaman serius bagi mereka dengan menggunakan cara "**Bolstering**" yaitu meyakinkan kepada masyarakat melalui berita positif.

Dapat disimpulkan bahwa pemberitaan bonus atlet serta pelatih cair bertujuan untuk mengurangi serangan dengan berita positif tersebut agar masyarakat tidak meyakini bahwa ada nya kasus korupsi di KONI karena dana bisa dicairkan kepada atlet dan pelatih serta bukan merupakan ancaman serius bagi KONI.



Gambar 5. Pemberitaan Tentang Pemprov Cairkan Bonus PON
Sumber: *konijawatimur.co.id* (Desember, 2024)

2.4 Peran sebagai Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Ketrampilan *public speaking*, pembuatan *press release*, dasar-dasar jurnalistik, pengelolaan sosial media, dan bernegosiasi sepertinya sangat relevan dengan *jobdesk Public Relations* atau kehumasan. Humas KONI Jawa Timur wajib menguasai skill komunikasi baik *online (press release)* maupun secara *offline (bernegosiasi, heart to heart, promosi, dsb)*.

Humas KONI Jawa Timur mengupayakan agar seorang humas atau *public relations* dapat memahami dasar-dasar jurnalistik, karena selain berurusan dengan khalayak, humas pasti akan bersinergi dengan rekan-rekan media. Dalam proses penyelesaian masalah dan pemulihan nama baik, humas KONI Jawa Timur menggunakan rekan-rekan kelompok kerja (Pokja) dalam rangka publikasi *online* berupa *press release* dan *website* resmi KONI Jawa Timur. Humas KONI juga kerap membuat, mengedit, lalu mengirimkan hasil pemberitaan atau *press release* ke media, lalu media akan memuat di kanal mereka masing-masing.

Seperti yang sudah dipaparkan diatas, humas KONI Jawa Timur selalu bekerja tidak jauh dari media. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, ada beberapa strategi yang digunakan untuk menjalin hubungan baik dengan media/wartawan diantaranya dengan membentuk "Pokja" atau "kelompok kerja" yang mana berisikan 30 media se-Jawa Timur dan nantinya jika KONI sedang berkegiatan seperti PON atau Porprov maka wartawan-wartawan tersebutlah yang akan di berangkatkan ke luar kota bahkan sampai ke luar pulau.

Berdasarkan pengakuan dari humas KONI Jawa Timur, mereka juga berupaya dalam mengelola sosial media *Instagram* yang digunakan untuk mem-*branding* para atlet, terutama teman-teman atlet yang sudah pernah juara 1, 2, dan 3 atau mendapat medali emas dan perak. Humas KONI Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan branding positif pada para atletnya agar unsur subjektif dari wasit dapat keluar, utamanya dalam olahraga-olahraga yang tidak memiliki penilaian yang paten seperti wushu dan senam.

Dalam rangka penyelesaian permasalahan yang dikaji menggunakan teori *image restoration* yang di kemukakan oleh William Benoit (1995), humas KONI Jawa Timur yang berperan sebagai teknisi komunikasi menggunakan strategi **Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan)**. KONI Jawa Timur memanfaatkan media untuk menjalankan strategi *reducing the offensive*. Dalam konteks strategi mengurangi serangan, humas KONI Jawa Timur mengeluarkan *press release* resmi atau berita

yang valid dan sebenar-benarnya agar tidak menjadi huru-hara di masyarakat. Media yang digunakan adalah media online berupa *press release*, alasannya karena *press release* dianggap lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan *press conference* yang membutuhkan biaya serta waktu yang cukup banyak.



Gambar 6. Pemberitaan Tentang POKJA (Kelompok Kerja) KONI Jatim

sumber: www.konijawatimur.co (April 2022)

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas KONI Jawa Timur dalam memperbaiki citra lembaga. Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pada saat humas KONI menggunakan teori Dozier dan Broom, pada poin Penasehat Ahli (Expert Prescriber) mereka menggunakan pendekatan restorasi Denial (simple denial). Pada poin Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator), mereka cenderung menggunakan pendekatan restorasi Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan). Pada poin fasilitator pemecahan masalah (Problem Solving Process Fasilitator) humas KONI Jawa Timur menggunakan pendekatan restorasi Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan) dan Denial (shifting blame). Terakhir, pada poin teknisi komunikasi (Communication Technician), humas KONI Jawa Timur menggunakan pendekatan Reducing The Offensive (strategi mengurangi serangan).

Peneliti berharap agar Humas Koni Jawa Timur dapat mempertahankan citra baiknya dihadapan masyarakat. Peneliti juga berharap tidak ada lagi isu atau berita-berita negatif tentang Koni Jawa Timur, baik secara langsung maupun pemberitaan online. Selain itu, peneliti juga berharap hasil penelitian dapat dijadikan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang peran humas KONI Jawa Timur dalam memperbaiki citra atau penelitian lain yang berfokus pada peran humas dalam sebuah lembaga. Peneliti juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat untuk memahami fungsi dan peran humas Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Provinsi Jawa Timur dalam memperbaiki citra lembaga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan penelitian ini, khususnya kepada Lembaga Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Provinsi Jawa Timur yang telah memberikan izin, akses, serta dukungan data selama proses penelitian berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada para narasumber, jajaran divisi Humas dan Media KONI Jawa Timur, serta seluruh sivitas akademika Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan ilmiah.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Benoit, W. L. (2014). *Image Repair Theory in the Context of Strategic Communication*. In D. Holtzhausen, & A. Zerfass, *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Routledge.

- Retna Windriati, A., Darmawan, A., & Insan Romadhan, M. (2019). *PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA DI ATLANTIS LAND SURABAYA*.
- Romadhan, M. I. (2019). Festival Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya Di Sumenep. *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 1(1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Publik Relation dan media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. PT Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tsalshabila, B. B., Romadhan, M. I., & Ayuningum, N. G. (2024). *STRATEGI POLRESTABES SURABAYA DALAM MEMPERBAIKI CITRA MELALUI PROGRAM JUM'AT CURHAT DI KOTA SURABAYA*. 02(02), 65–71. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>