

# Peran Humas dalam Membangun Citra Lembaga Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) di Kabupaten Sidoarjo

<sup>1</sup>Delvira Nurul Aini Y. H. , <sup>2</sup>Muchamad Rizqi, <sup>3</sup>Beta Puspitaning Ayodya

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[delvirayuliandari@gmail.com](mailto:delvirayuliandari@gmail.com)

## Abstract

*The Indonesian National Sports Committee (KONI) is the sports authority in Indonesia. KONI is the only organization authorized and responsible for managing, fostering, developing, and coordinating the entire implementation of sports achievement activities for every member in Indonesia. This study aims to determine the role of public relations KONI Sidoarjo Regency as public information in building the image of the institution. This research is a descriptive research with a qualitative approach. The subject of this research is the head of the public relations division of KONI Sidoarjo Regency. Data collection techniques are using observation, interviews, and documentation. The data validity technique was determined using source and method triangulation techniques. Researchers use the public information model. From the analysis carried out, it can be explained that KONI Sidoarjo public relations uses a one-way communication model in disseminating information to the public in order to build the image of the institution, where this model is based on information dissemination to the public. This explains the main value inherent in communication at KONI Sidoarjo's public relations. Key values include communication patterns, types of information and media used.*

*For the results obtained, KONI Public Relations of Sidoarjo Regency also uses social media assistance where social media itself has a major contribution, where its role and function are very important in building and enhancing the image of the institution. The media used by KONI Sidoarjo Regency Instagram with users (koni\_sidoarjo), Youtube with users (Koni Sidoarjo), and Website (konisidoarjo.id) are official social media owned by KONI Sidoarjo Regency. Then KONI Sidoarjo Regency also uses electronic media such as videotron which functions as a medium of communication and public information. Meanwhile, mass media such as print media, television media and others, KONI Public Relations Sidoarjo Regency cooperates with all mass media covering sports.*

*Keywords: Public Relations role, public information, institutional image.*

## Abstrak

Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) adalah lembaga otoritas keolahragaan di Indonesia. KONI adalah satu-satunya organisasi yang berwenang dan bertanggung jawab mengelola, membina, mengembangkan, serta mengkoordinasikan seluruh pelaksanaan kegiatan olahraga prestasi setiap anggota di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas KONI Kabupaten Sidoarjo sebagai informasi publik dalam membangun citra lembaga. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek dari penelitian ini yaitu kepala bidang humas KONI Kabupaten Sidoarjo. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara,

dan dokumentasi. Untuk teknik keabsahan data ditentukan menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Peneliti menggunakan model informasi publik. Dari analisis yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa humas KONI Sidoarjo menggunakan model komunikasi satu arah dalam menyebarkan informasi kepada publik guna untuk membangun citra lembaga, dimana model ini bertumpu pada diseminasi informasi kepada publik. Ini menjelaskan nilai utama yang melekat dalam komunikasi di humas KONI Sidoarjo. Nilai utama termasuk pola komunikasi, tipe informasi dan media yang digunakan.

Untuk hasil yang diperoleh, Humas KONI Kabupaten Sidoarjo juga menggunakan bantuan media sosial yang dimana media sosial sendiri memiliki kontribusi besar, dimana peran dan fungsinya sangat penting dalam membangun dan meningkatkan citra lembaga. Media yang digunakan oleh KONI Kabupaten Sidoarjo Instagram dengan user (koni\_sidoarjo), Youtube dengan user (Koni Sidoarjo), dan Website (konisidoarjo.id) ini merupakan media sosial resmi yang dipunyai oleh KONI Kabupaten Sidoarjo. Lalu KONI Kabupaten Sidoarjo juga menggunakan media elektronik seperti videotron yang berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi publik. Sedangkan media massa seperti media cetak, media televisi dan lainnya, humas KONI Kabupaten Sidoarjo bekerja sama dengan semua media massa yang meliput tentang keolahragaan.

Kata Kunci: Peran *Humas, Informasi publik, citra lembaga.*

## **Pendahuluan**

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.

Pada penelitian ini, peneliti akan membahas peran humas di salah satu KONI yang ada di Indonesia yaitu KONI di Kabupaten Sidoarjo. Alamatnya di Jalan Pahlawan No.1, RW 06, Sidokumpul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212. KONI berfungsi untuk membina serta memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa melalui pembinaan olahraga secara nasional. Dan juga memasyarakatkan olahraga prestasi yang dibina oleh anggotanya untuk mencapai prestasi olahraga optimal.

Dari observasi yang telah peneliti lakukan, saat ini KONI yang berada di Kabupaten Sidoarjo mengalami sedikit permasalahan, yaitu dimana keberadaan dan aktivitas yang ada di KONI Sidoarjo kurang diketahui oleh masyarakat. Kurangnya informasi kepada publik atau masyarakat dalam perihal kegiatan-kegiatan yang sedang diselenggarakan maupun prestasi yang sudah dicapai, membuat masyarakat bertanya akan hal kegiatan apa saja sebenarnya yang ada di KONI Sidoarjo. Pada momen inilah seorang humas harus mengambil peran dan sikap untuk memberikan informasi kepada publik agar pihak lembaga dan masyarakat bisa saling menguntungkan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model informasi publik. Penelitian di bidang ini tentu sangat relevan mengingat humas secara ideal memiliki peran signifikan dalam mengelola komunikasi di instansi. Dari analisis yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa humas KONI Sidoarjo menggunakan model komunikasi satu arah, dimana model ini bertumpu pada diseminasi informasi kepada publik. Ini menjelaskan nilai utama yang melekat dalam komunikasi di humas KONI Sidoarjo. Nilai utama termasuk pola komunikasi, tipe informasi dan media yang digunakan. Komunikasi satu arah.

Suatu lembaga mempunyai humas di dalam lembaganya guna untuk memberikan citra dan membangun citra positif terhadap lembaganya. Citra sendiri merupakan sesuatu yang abstrak, tidak bisa dinilai secara matematis, karena berada dalam pikiran atau perasaan para publiknya. Dalam rangka menjaga eksistensi dan keharmonisan antara lembaga dengan publiknya, diharapkan adanya pemberdayaan masyarakat dan masukan dari masyarakat dalam mengoptimalkan strategi yang tepat untuk meningkatkan citra lembaga, mengingat citra lembaga merupakan cerminan atau identitas dari lembaga tersebut. Agar masyarakat mengetahui perkembangan lembaga tersebut maka dibutuhkan peran humas sebagai tombak dari lembaga tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Peran Humas Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Sidoarjo Sebagai Informasi Publik dalam Membangun Citra Lembaga”.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang memaparkan penjelasan secara mendalam dengan apa adanya secara objektif sesuai dengan data yang dikumpulkan. Menurut Moleong penelitian kualitatif berakar pada akar ilmiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, mengadakan analisis data secara induktif mengarah sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dasar bersifat deskriptif.

Data yang dihasilkan pada penelitian kualitatif adalah data yang berupa penjabaran serta gambaran berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari pelaku yang sedang diteliti. Maka dari itu penelitian kualitatif tidak dapat diukur menggunakan prosedur-prosedur statistik karena penelitian ini meneliti tentang sosial masyarakat. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh hal baru untuk dijadikan karya ilmiah.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan deskripsi, analisis dan pembahasan data penelitian yang dilakukan di Humas KONI Kabupaten Sidoarjo mengenai Peran Humas KONI Kabupaten Sidoarjo Sebagai Informasi Publik dalam Membangun Citra Lembaga, dapat disimpulkan bahwa Humas KONI Kabupaten Sidoarjo menggunakan Model Informasi Publik atau komunikasi satu arah dalam memberikan informasi kepada masyarakat Peran PR dalam model ini yaitu memberikan informasi dari lembaga ke publiknya. Tujuan utama model ini adalah memberikan informasi bukan publisitas atau promosi. Dalam konteks komunikasi, penyampaian informasi satu arah yaitu dimana humas KONI Kabupaten

Sidoarjo berusaha menyampaikan pesan yang dapat dimengerti oleh publiknya dengan secara tidak wajib menanggapi umpan balik dari publik tersebut.

Humas KONI Kabupaten Sidoarjo juga menggunakan bantuan media sosial yang dimana media sosial sendiri memiliki kontribusi besar, dimana peran dan fungsinya sangat penting dalam membangun dan meningkatkan citra lembaga. Media yang digunakan oleh KONI Kabupaten Sidoarjo Instagram dengan nama akun (koni\_sidoarjo), Youtube dengan nama akun (Koni Sidoarjo), dan Website (koni\_sidoarjo.id) ini merupakan media sosial resmi yang dimiliki oleh KONI Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan media massa seperti media cetak, media televisi dan lainnya, humas KONI Kabupaten Sidoarjo bekerja sama dengan semua media massa yang meliput tentang keolahragaan.

## Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dengan ini peneliti bermaksud untuk memberikan saran dengan harapan saran ini dapat bermanfaat untuk Humas KONI Kabupaten Sidoarjo ataupun untuk peneliti selanjutnya, saran tersebut sebagai berikut :

a. Peneliti berharap Humas KONI Kabupaten Sidoarjo tetap mempertahankan citra baik lembaga di pandangan masyarakat dan harus sering update akan kegiatan yang ada di KONI Kabupaten Sidoarjo agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui lebih banyak lagi tentang lembaga KONI Kabupaten Sidoarjo. dalam hal penyebaran informasi agar lebih waspada akan hal-hal yang dapat membuat buruk citra lembaga KONI Kabupaten Sidoarjo. Membuat inovasi dalam penyampaian informasi harus tetap dilakukan agar Humas KONI Kabupaten Sidoarjo mampu bersaing dengan zaman yang semakin berkembang.

b. Peneliti berharap hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berfokus pada bagaimana pengaruh dari model *public relations* terhadap reputasi lembaga atau penelitian lain yang berfokus pada aktivitas *public relations* dalam lembaga.

## Daftar Pustaka

- Ajiyanto, I. D. B., Kriyantono, R., & Wulandari, M. P. (2018). Praktik “PR Excellent” Humas Pemerintah Daerah. *Aristo*, 6(1), 99. <https://doi.org/10.24269/ars.v6i1.781>
- Anataluluul. (2015). Mengenal Model-Model Public Relation Dan Prosesnya Dalam Kehidupan. <https://anataluluul.wordpress.com/2015/03/16/mengenal-model-model-public-relation-dan-prosesnya-dalam-kehidupan/>. 16.
- Blogspot.com. (2016). Media Public Relations. <http://communicationlearning17.blogspot.com/2016/11/media-public-relations.html>. 04.
- Bungin Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan

Ilmu Sosial Lainnya. Prenada Media Group. Jakarta.

Iriantara, Yosol, Community Relations Konsep dan Aplikasinya, Simbiosis Rekatama Media, Jakarta, 2005

Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. 2004. Public Relations. Jakarta: Erlangga.

Kompas.com. (2021). Koni Sejarah, Tugas Dan Fungsi.  
<https://www.kompas.com/sports/read/2021/05/27/22400038/koni--sejarah-tugas-dan-fungsi.27>.

Koni.or.id. (2021). Komite olahraga nasional indonesia: KONI. <https://koni.or.id>.

Lattimore, Dan. Baskin, Otis. Heiman, Suzette T. Toth, Elizabeth L. 2010. Public Relations :Profesi dan Praktik. Jakarta : Salemba Humanika.

Nujuwirjoni. (2017). Tumpuhnya Fungsi Humas Di Pemerintahan Daerah.  
<https://nujuwirjoni.wordpress.com/2017/05/01/tumpuhnya-fungsi-humas-di-pemerintahan-daerah/>. 01.

Prokomsetda. (2017). Peran Humas Dalam Keterbukaan Informasi Publik.  
<https://prokomsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/peran-humas-dalam-keterbukaan-informasi-publik.07>.

Purwirini, Dian. (2014). Model Informasi Publik Di Era Media Sosial. 03.

Riyadi. (2003). Perencanaan Pembangunan Daerah Strategi Mengendalikan Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah. Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. (2006). Manajemen Public Relations 7 Media Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sampoerna University.ac.id. (2022).  
<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/apa-itu-humas/>

Wilcox, Dennis L, Public Relations Strategies and Tactics, Pearson Education,Inc, USA, 2003.