

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPERBAIKI CITRA KEMENTERIAN PEMUDA DAN OLAHRAGA REPUBLIK INDONESIA

Eko Maryadi¹

¹Corporate Communication, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina
Korespondensi : eko.maryadi@gmail.com

ABSTRAK

Operasi tangkap tangan (OTT) Komisi Pemberantasan Korupsi terhadap pejabat Kemenpora akhir tahun 2018 lalu membuat lembaga pemerintah ini kembali menjadi sorotan masyarakat. Kasus korupsi selalu menjadi sorotan masyarakat terutama yang melibatkan lembaga pemerintah. Kasus ini membuat Kemenpora melalui humas harus membuat strategi yang tepat agar citra lembaga ini tidak semakin memburuk atau bahkan bisa diperbaiki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan humas Kemenpora dalam menghadapi krisis kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi dokumentasi. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi lembaga lain yang mungkin mengalami situasi yang sama mengingat terdapat beberapa kasus serupa saat ini sehingga bukan tidak mungkin dimasa yang akan datang akan terjadi kasus serupa.

Kata Kunci: Komunikasi, citra, kepercayaan

ABSTRACT

The arrest operation (OTT) of the Corruption Eradication Commission against Kemenpora officials at the end of 2018 which then made government institutions back into the public spotlight. Corruption cases are always in the spotlight of the community. This case makes the Ministry of Youth and Sports through public relations must make appropriate strategies so that the image of this institution does not deteriorate or even be improved. This study discusses the strategies used by Kemenpora public relations in discussing public trust. This research uses a qualitative method by collecting data through documentation studies. This research is expected to be able to discuss other institutions that might discuss the same problem.

Keywords: Communication, image, trust

PENDAHULUAN

Kesuksesan prestasi Indonesia di ajang Asian Games maupun Asian Para Games 2018 tidak bisa dilepaskan dari peran Kementerian Pemuda dan Olahraga. Indonesia sukses menempati posisi 4 besar dengan total perolehan medali 31 emas, 24 perak dan 43 perunggu. Jumlah perolehan medali ini menjadi yang terbanyak bagi kontingen Indonesia sepanjang sejarah keikutsertaan di ajang olahraga paling bergengsi di tingkat asia (<https://www.cnnindonesia.com>). Kesuksesan di ajang Asian Games kemudian diikuti oleh kesuksesan di ajang Asian Para Games satu bulan kemudian. Untuk pertama kalinya sepanjang sejarah Indonesia bukan hanya sukses merebut posisi 5 besar tetapi juga mencatatkan perolehan medali terbesar sepanjang sejarah dengan rincian 37 emas,

47 perak dan 51 perunggu (<https://www.liputan6.com>). Persiapan atlet yang dilakukan dengan matang dan jangka panjang termasuk pelaksanaan *try out* ke luar negeri ditambah dukungan supporter tuan rumah yang luar biasa menjadi faktor penentu suksesnya atlet-atlet kita. Kemenpora sendiri sudah sejak awal tahun mencairkan anggaran bagi kebutuhan pelatnas jauh lebih cepat dari tahun-tahun sebelumnya.

Namun segala pujian yang datang bertubi-tubi usai suksesnya prestasi atlet-atlet kita di ajang *multi event* tersebut, akhir tahun kemarin publik dikejutkan dengan adanya berita operasi tangkap tangan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) terhadap beberapa pejabat Kemenpora akibat korupsi dana hibah KONI, lembaga yang secara struktural ada di bawah Deputi IV Kemenpora (<https://nasional.kompas.com>) Dugaan jumlah uang yang salahgunakan bahkan mencapai angka 7 milyar, sebuah angka yang sangat besar. Publik seolah diingatkan kembali tentang kasus korupsi yang pernah mengguncang Kementerian ini. Kasus yang bahkan sampai menyeret mantan Menpora Andi Mallarangeng sehingga yang bersangkutan harus mendekam di balik sel setelah pengadilan menyatakan yang bersangkutan bersalah dan ikut terlibat dalam kasus mega korupsi hambalang. Bagi sebuah instansi seperti kementerian image atau citra sangatlah penting. Banyak hal yang dilakukan oleh Lembaga/kementerian/perusahaan untuk mempertahankan citra positif yang dimilikinya. Bahkan ketika mereka melakukan hal yang membuat citra mereka rusak, banyak hal yang mereka lakukan untuk dapat memperbaiki citra positif yang sebelumnya mereka miliki. Oliver (2007: 50) mengatakan “citra adalah suatu gambaran tentang mental ide yang dihasilkan oleh imaginasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi dan sebagainya”.

Humas atau *Public Relations* merupakan bagian integral dalam suatu lembaga pemerintah. Tugas humas adalah bertanggung jawab untuk menciptakan citra positif dan ikut menciptakan kondisi agar lembaga/kementerian kondusif, sehat iklim kerjanya, kuat hubungan sosialnya dan tinggi kinerja sumber daya manusianya. Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip oleh Frida Kusumastuti (2002:22), “Ada dua fungsi public relations yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif”. Dalam fungsi konstruktif ini, public relations mendorong semua aktivitas/kegiatan yang dilakukan perusahaan/organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, public relations diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah perusahaan/organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut. Peran humas dalam organisasi sangat penting, kaitannya untuk mendukung performa organisasi baik di internal maupun eksternalnya. Agar tujuan-tujuan kementerian tercapai, maka dibutuhkan strategi yang tepat dari divisi yang menangani fungsi humas dalam suatu lembaga/kementerian. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Berbagai strategi coba dilakukan oleh Kemenpora baik melalui pernyataan langsung dari menteri maupun pejabat yang berwenang maupun melalui divisi hubungan masyarakat (humas) sebagai garda terdepan dalam penyampaian informasi. Sehari setelah kejadian OTT KPK misalnya, Menpora beserta jajaran pejabat eselon di Kemenpora melakukan jumpa pers untuk menjelaskan kejadian tersebut sekaligus menyampaikan permohonan maaf

(*Pernyataan Menpora terkait OTT oleh KPK, www.kemenpora.go.id*).

Topik penelitian ini penting mengingat kejadian korupsi maupun Operasi Tangkap Tangan yang dilakukan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi bukan hanya sekali ini saja terjadi. Terbaru menyeret Kementerian Agama terkait promosi jabatan yang juga melibatkan beberapa pejabat kementerian tersebut. Kondisi ini membuat institusi tempat terjadinya kasus korupsi tersebut akan mendapatkan citra yang buruk di masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan seandainya kasus serupa terjadi dimasa yang akan datang. Penanganan krisis dengan strategi yang tepat akan menjadi contoh bagaimana sebuah Institusi atau lembaga pemerintah dapat memulihkan kembali nama baik dan kepercayaan masyarakat. Hal terbaru dari kasus ini adalah sudah ditetapkannya Menpora sebagai tersangka sekaligus yang bersangkutan saat ini sudah ditahan untuk menjalani proses hukum.

METODE

Metode pengkajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Di sini peneliti bertindak sebagai fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian. Metode deskriptif kualitatif menurut (Moleong, 2001:3) yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata lisan ataupun tertulis dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Metode penelitian deskriptif kualitatif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahmat, 2009:24). Sedangkan menurut (Gunawan, 2015) metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam.

DISKUSI

Berita kasus tangkap tangan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi terhadap beberapa pejabat Kemenpora terkait dengan dana hibah KONI dengan cepat menyebar. Akun media sosial kemenpora dihujani oleh komentar-komentar buruk tentang kasus ini. Mengingat kasus itu terjadi bersamaan dengan masa kampanye pemilihan Presiden, maka hal inipun dimanfaatkan oleh pendukung lawan politik presiden petahana. Humas kemenpora segera merespon kejadian ini dengan menyiapkan langkah-langkah strategis untuk mengantisipasi agar pemberitaan menjadi bola liar. Merujuk pada bauran public relations menurut Nova, maka keputusan pihak perusahaan adalah dengan melakukan strategi yaitu diantaranya:

1. *News (pesan berita)*

Sehari setelah kejadian Menpora didampingi Sekretaris Kementerian Pemuda dan Olahraga beserta jajaran eselon 1 dan 2 menggelar konferensi pers. Hal ini sesuai dengan teori Edward L. Bernays (dalam Rosyadi Ruslan, 2001) tentang salah satu fungsi humas yaitu memberikan penerangan kepada public.

Berikut 5 pernyataan yang disampaikan Menpora: (1) “.Saya atas nama Menpora dan Kementerian Pemuda dan Olahraga meminta maaf kepada seluruh rakyat Indonesia atas kejadian yang menimpa kantor Kementerian Pemuda dan Olahraga. Kami sangat prihatin, terkejut, kecewa terhadap kejadian yang menimpa semalam terhadap Deputy IV Bidang Peningkatan Prestasi dan beberapa pejabat dan staf, (2) Kemenpora mendukung sepenuhnya langkah-langkah KPK dalam pemberantasan korupsi, Karena semangat Olahraga adalah semangat yang Sportif dan Fairness. (3) Mengingat keterkaitan dengan beberapa pejabat Kemenpora. Kami juga tetap menunggu konfirmasi dari pihak KPK tentang Penjelasan resmi dan konfirmasi lengkap tentang masalah tersebut. (4) Saya selaku Pimpinan Kemenpora selalu tidak henti-hentinya mengingatkan kepada seluruh jajaran Kemenpora untuk patuh secara prosedur ketentuan yang berlaku. Bahkan saat kami ada Rapim kemarin juga saya minta kepada seluruh pejabat Kemenpora khususnya Eselon I dan II untuk menanda tangani pernyataan semacam pakta integritas yang di antaranya menekankan tentang kewajiban kepatuhan pada peraturan yang berlaku. (5) Kemenpora akan melanjutkan kerja-kerja seperti biasanya melanjutkan apa yang sudah dicapai di beberapa tahun terakhir. Termasuk melakukan persiapan untuk Sea Games 2019 dan persiapan Olimpiade 2020. Dari hal ini kami belajar banyak agar kedepannya lebih baik dalam menegakkan prinsip Good Governance, sportivitas dan fairness di Kemenpora”.

Dari keterangan pers menpora dapat dianalisa bahwa : (a) Menpora menyampaikan permohonan maaf kepada masyarakat atas kasus OTT tersebut. Hal ini sesuai dengan teori *Mortification* milik Benoit, (b) Kemenpora mendukung langkah-langkah yang akan diambil KPK dan menjanjikan bahwa kedepan kasus serupa tidak akan terjadi. Hal ini masih sesuai dengan teori pemulihan citra Benoit yaitu *Corrective action*.

2. Corporate Identity (citra perusahaan)

Salah satu strategi yang diterapkan oleh humas kemenpora adalah *dynamic strategy* dengan melempar isu dan mengalihkan perhatian public menjaga citra lembaga kemenpora. Sejak kasus OTT KPK humas kemenpora melalui media sosial secara gencar memberitakan tentang prestasi-prestasi atlet Indonesia baik prestasi terkini maupun kilas balik prestasi masa lalu. Hal ini dilakukan untuk mengalihkan perhatian public terhadap kasus ini. selain itu untuk menghindari komentar-komentar warga net yang berkomentar negatif, admin media sosial kemenpora memberlakukan kebijakan untuk memblokir atau menghapus komentar tersebut. Pada hari dilaksanakannya sidang kasus ini, maka akun sosial media kemenpora akan lebih gencar mengulas dan menulis tentang prestasi atlet-atlet maupun event olahraga yang sedang berlangsung saat itu.

1. Community involvement (hubungan dengan khalayak)

Kemenpora tetap membuka diri terhadap kritik dan saran dari masyarakat maupun terbuka terhadap pers dengan menyediakan akses luas salah satunya dengan menyediakan ruang media center sebagai tempat bagi para wartawan untuk mendapatkan berita terbaru terkait kasus ini. Yang sedikit mengejutkan berdasarkan keterangan humas kemenpora, ternyata kasus operasi tangkap tangan KPK tidak berdampak significant terhadap pengikut akun media sosial kemenpora. Bahkan pertumbuhan follower media sosial instagram kemenpora justru mengalami peningkatan.

Dokumentasi Instagram Kemenpora



Pengikut instagram Kemenpora di dominasi oleh laki-laki dengan persentase rentang usia : 18 – 24 tahun sebanyak 42%, 25 – 34 tahun sebanyak 37%, 13 – 17 tahun sebanyak 5% 25 – 34 tahun sebanyak 10%, 45 – 65+ tahun sebanyak 6%.

KESIMPULAN

Kasus operasi tangkap tangan yang terjadi di kemenpora menyebar secara cepat dan luas ke media sehingga masyarakat mengetahui apabila ada pejabat kemenpora ditangkap oleh KPK adalah karena kegagalan pihak kemenpora dalam mendeteksi gejala krisis. Namun kondisi ini ternyata juga dianggap oleh masyarakat sebagai akibat dari kesalahan individu bukan kesalahan lembaga kemenpora sendiri. Hal itu setidaknya terlihat dari respon sosial media instragram yang justru sejak kasus tersebut terungkap mengalami peningkatan jumlah follower sebanyak sekitar 32.000. Untuk mengatasi krisis kepercayaan kemenpora dimata masyarakat, pihak kemenpora tidak melakukan strategi manajemen krisis secara khusus karena mereka tidak mempunyai persiapan dan menganggap bahwa krisis yang terjadi tidak akan mempengaruhi kinerja kemenpora. Namun mereka tetap menerapkan strategi komunikasi dalam menangani krisis yaitu *mortification strategy* dimana kemenpora mengakui kalau memang sedang terjadi krisis dan meminta maaf kepada masyarakat. Pilihan strategi tersebut sejalan dengan teori pemulihan citra milik Benoit.

Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang turut membantu rampungnya penelitian ini dan kepada seluruh narasumber yang bersedia menjadi objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Oliver, Sandra 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Esensi Erlangga Group
- Rumanti, Maria Assumpta Sr.2002. *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grafindo
- Colin Coulson.2005. *Pedoman Parktis Untuk PR*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Effendy, Onong. 2009. *Human Relation & Public Relations*. Bandung : CV. Mandar Maju
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat:Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marheani. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hasan, Erliana. 2010. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT.Rifka Aditama
- Mulyana, 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rodaskarya
- Moleong, Lexy J. (2001).*Metodologi Penelitian Kualitatif*.Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset dan Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Gunawan, Imam. 2014. *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sanityastuti, Marfuah Sri, dkk., *Dasar-Dasar Public Relation*, Yogyakarta:sukses offset, 2009
- Ruslan, Rosady. 2001. *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Elvinaro Ardianto. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama
- www.kemenpora.go.id