

STRATEGI DEPARTEMEN MEDIA DAN HUMAS KOMITE OLAHRAGA NASIONAL INDONESIA (KONI) SUMATERA SELATAN HADAPI PON XX

Musdalifah¹

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: mmusdalifah93@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi *public relation* didalamnya mengandung perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dimana kedua hal ini dilakukan demi terbentuknya komunikasi *public relation* yang baik sehingga dapat mencapai tujuan dari diadakannya komunikasi. PON XX yaitu *event* olahraga terbesar di Indonesia yang tentu membutuhkan peran *public relation*, untuk mendorong media dan kegiatan publisitas dapat memberikan informasi kepada pihak eksternal. Pekan Olahraga Nasional atau yang lebih akrab didengar dengan PON sendiri adalah pergelaran festival olahraga yang diadakan 4 tahun sekali. PON XX sendiri sejatinya diadakan di Papua pada tahun 2020 yang lalu. Tetapi, imbas dari pandemi covid-19 yang melanda dunia sejak pertengahan tahun 2020 lalu, pergelaran ajang olahraga bergengsi ini pun diundur hingga Oktober 2021 mendatang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif sebagai pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik wawancara, dan kajian pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis interaktif, dan teknik penetapan informan penelitian dengan teknik purposif. Hasil penelitian ini Pihak Humas KONI Sumsel dalam pelaksanaan PON XX sudah menentukan strategi dalam melakukan publikasi dan menyampaikannya kepada publik, diantaranya adalah memanfaatkan media sosial dan media massa sebaik mungkin dengan melakukan interaksi dengan masyarakat di media sosial. Selain itu juga memfokuskan pada pemberitaan-pemberitaan mengenai atlet-atlet dengan kondisi yang baik dan protokol kesehatan yang baik pula sehingga meyakinkan masyarakat bahwa walaupun di tengah pandemi PON XX tetap berlanjut dengan meriah dan keadaan yang kondusif. Pemfokusan pemberitaan ini tidak lepas dengan agenda setting, di mana Humas KONI ingin meyakinkan masyarakat dengan pemberitaan yang positif sehingga masyarakat tidak perlu khawatir.

Kata Kunci: Humas, Strategi Komunikasi, PON XX, Publikasi

PENDAHULUAN

Public Relation adalah kegiatan komunikasi oleh pihak organisasi atau perusahaan dengan pihak internal dan eksternal organisasi atau perusahaan tersebut, yang mana kegiatan ini dilakukan oleh praktisi PR dalam organisasi atau perusahaan. *Public relation* adalah salah satu fungsi penting yang harus dimiliki oleh organisasi atau perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan tidak hanya bergerak untuk dirinya sendiri melainkan juga bergerak untuk publik atau khalayak, karena publik dan khalayak merupakan target bagi organisasi atau perusahaan. Dari publik atau khalayak suatu organisasi atau perusahaan dapat dikatakan memiliki citra yang baik atau buruk, eksis atau

malah tenggelam seiring waktu. Menjaga eksistensi dan menjaga citra organisasi atau perusahaan agar tetap baik bukanlah suatu hal yang mudah diperlukan perencanaan dan strategi yang baik pula. Hal ini menjadi tugas bagi *public relation* sebagai bagian dari suatu organisasi atau perusahaan. *Public relation* bertanggung jawab atas bangkitnya kepercayaan publik atau khalayak sebagai bentuk dukungan bagi organisasi atau perusahaan (Setiawan & Latifa, 2019). Pemenuhan informasi bagi publik atau khalayak terhadap organisasi atau perusahaan pun menjadi bagian dari tugas *public relation*, hal ini dikarenakan *public relation* merupakan keseluruhan dari komunikasi yang dilakukan

oleh pihak internal dan pihak eksternal dari organisasi atau perusahaan tersebut.

Menurut Effendi, strategi komunikasi *public relation* didalamnya mengandung perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dimana kedua hal ini dilakukan demi terbentuknya komunikasi *public relation* yang baik sehingga dapat mencapai tujuan dari diadakannya komunikasi tersebut (Anggraeni et al., 2014). Strategi komunikasi bukan hanya satu-satunya hal yang penting bagi organisasi atau perusahaan namun perlu juga adanya strategi media dan publikasi yang baik dari organisasi atau perusahaan tersebut sebagai keberlanjutan dari strategi komunikasi yang ada, hal ini dikarenakan akan percuma bila hanya strategi komunikasi saja yang diperhatikan namun strategi media dan publikasi *public relation* tidak berjalan dengan baik. *Public relation* harus mengoptimalkan strategi media dan publisitas dalam penyampaian informasi kepada publik atau khalayak dan pihak eksternal lainnya. Karena kegiatan publisitas juga merupakan tugas bagi *public relation* di dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Dari hal-hal di atas bahwasanya media dan publisitas menjadi hal penting dan salah satu yang krusial bagi kegiatan *public relation* dan eksistensi suatu organisasi dan perusahaan bahkan sebuah *event*, contohnya PON XX yaitu *event* olahraga terbesar di Indonesia yang tentu membutuhkan peran *public relation*, untuk mendorong media dan kegiatan publisitas dapat memberikan informasi kepada pihak eksternal. Serta dapat menggiring opini pihak eksternal dari informasi atau komunikasi yang disalurkan. Dari media dan kegiatan publisitas ini juga nantinya pihak eksternal menilai organisasi dan pelaksanaan *event* tersebut dapat dikatakan baik atau buruk dalam memenuhi keinginan pihak eksternal.

Seperti yang kita ketahui, Pekan Olahraga Nasional atau yang lebih akrab didengar dengan PON sendiri adalah pergelaran festival olahraga yang diadakan 4 tahun sekali. PON sendiri merupakan pergelaran festival olahraga di Indonesia dengan taraf tertinggi atau festival olahraga paling bergengsi di Indonesia. PON XX

sendiri sejatinya diadakan di Papua pada tahun 2020 yang lalu. Tetapi, imbas dari pandemi covid-19 yang melanda dunia sejak pertengahan tahun 2020 lalu, pergelaran ajang olahraga bergengsi ini pun diundur hingga Oktober 2021 mendatang. PON sendiri telah ditegaskan oleh presiden bapak Jokowi sendiri tetap akan dilaksanakan pada Oktober 2021 mendatang, dan tidak akan diundur seperti tahun yang lalu. Pergelaran PON sendiri dirasa cukup sulit oleh atlet maupun Koni provinsi selaku wadah yang menaungi para atlet yang akan bertanding pada pergelaran tersebut. Beberapa orang juga mengkhawatirkan pergelaran PON tahun ini juga dikhawatirkan akan menciptakan klaster penyebaran baru, mengingat persebaran covid-19 di Indonesia belum menunjukkan angka yang membaik yang mana kekhawatiran ini juga terjadi saat pelaksanaan Olimpiade Tokyo “survei TBS *News* memperlihatkan hasil 65% responden berharap olimpiade dibatalkan atau ditunda lagi, mengingat dampak risiko yang akan terjadi dimasa pandemi”(CNN Indonesia).

Tetapi, hal tersebut bukan berarti pergelaran PON XX pada tahun ini tidak mungkin untuk digelar. Berkaca pada olimpiade Tokyo yang baru saja selesai bergelut di Jepang tepatnya. Olimpiade sendiri dirasa sukses digelar dengan menjalankan protokol kesehatan yang ketat, dan tidak semua orang bisa berangkat dan menonton pertandingan disana. Protokol kesehatan yang ketat dan vaksinasi bagi yang ikut serta memeriahkan pergelaran olahraga tersebut saja yang diperbolehkan datang. Berkaca dari hal tersebut, PON XX Papua sangat mungkin untuk dilakukan tanpa menimbulkan klaster penyebaran baru.

Humas KONI pada pergelaran PON XX sendiri memiliki peran yang cukup penting dalam terlaksananya pergelaran olahraga ini. Seperti yang kita ketahui juga dengan strategi dan manajemen publikasi yang dilakukan humas KONI dapat membuat atlet dan pergelaran PON XX sendiri tetap eksis ditengah masyarakat. Peranan strategi dan manajemen publikasi humas sendiri juga berperan sebagai jembatan informasi dan hal tersebut diperlukan untuk memunculkan

eksistensi dan motivasi kepada atlet yang akan berlaga agar masyarakat luas mengetahui bahwasanya para atlet dan pelatih pun tetap berjuang mengharumkan nama bangsa dan provinsi walaupun dalam keadaan yang sulit seperti saat ini. Humas juga berperan meyakinkan dan menyebarkan citra positif kepada masyarakat bahwasanya atlet dan pelatih, maupun tim *official* yang akan berangkat tersebut sehat dan aman sehingga tidak akan menyebarkan kluster penyebaran baru sebegitu datang maupun pulang berlaga. Humas juga memiliki peran agar masyarakat jauh juga dapat ikut merasakan gejolak meriah, dan antusiasme pada PON XX di Papua ini tetap tersampaikan kepada masyarakat.

Provinsi Sumatera Selatan sebagai salah satu bagian dari wilayah Indonesia yang juga akan berpartisipasi dalam Pelaksanaan PON XX yang pada bulan Oktober mendatang tentu tidak akan terlepas dari peran serta Humas KONI Sumsel untuk menciptakan publikasi yang baik untuk masyarakat mengenai persiapan atlet untuk berlaga di tengah pandemi Covid-19 serta bagaimana meyakinkan masyarakat Sumatera Selatan bahwa pelaksanaan PON XX aman untuk diselenggarakan. Dalam upaya peningkatan prestasi KONI Sumsel telah membina atlet-atlet potensial dari berbagai cabang olahraga, selain itu dilansir dari Ulasan News.com KONI Sumsel selalu bersinergi dengan induk olahraga (Pengprov) untuk mendapatkan atlet terbaik. Dalam melaksanakan tugas Departemen Humas KONI Sumsel tentu membutuhkan strategi dalam setiap publikasi yang dilakukan serta harus selalu berorientasi ke depan dan siap dengan segala bentuk perubahan yang dapat terjadi dengan cepat. Strategi Humas selalu yang memuat perencanaan yang berorientasi pada *goals* perusahaan atau organisasi dan dibuat berdasarkan riset yang matang. Humas KONI Sumsel dalam membuat strategi memerlukan analisis untuk melihat *content interest* masyarakat dalam segala usia untuk memasifkan informasi PON XX di Sumatera Selatan. Apalagi di tengah banyaknya pemberitaan yang muncul mengenai dilema pelaksanaan PON XX apakah akan

menciptakan kluster baru penyebaran Covid-19. Meskipun pemerintah menjanjikan untuk menyelenggarakan PON XX dengan protokol kesehatan yang ketat namun tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Humas KONI Sumatera Selatan untuk meyakinkan masyarakat.

Selain itu, sudah menjadi rahasia umum bahwa pendanaan negara saat ini lebih difokuskan untuk dana kesehatan baik demi pencegahan maupun pengobatan sebagai dampak dari pandemi covid-19. Berdasarkan berita yang dilansir dari (Antara.com) “bahwa media yang diperbolehkan ikut berangkat ke Papua saat pelaksanaan terbatas dan terpilih” maka menjadi tantangan pula bagi Humas KONI Sumatera Selatan untuk tetap mempublikasikan kegiatan secara penuh, memberikan kabar aktual dan terpercaya dengan media peliput kontingen yang terbatas, memastikan euforia dan semarak dari PON XX dari Papua tetap sampai ke bumi Sriwijaya dan membantu menyemarakkan serta menyemangati kontingen yang berlaga (Mahendra & Dudy, Yanuwardhana., Nusantara, 2021). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut Humas KONI Sumatera Selatan tentu telah memiliki rencana strategi publikasi dan media tersendiri menjelang PON XX Oktober mendatang, maka hal inilah yang menjadi alasan kami tertarik untuk melakukan riset yang berjudul “Strategi Departemen Media dan Publikasi Humas Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Sumatera Selatan Jelang PON XX”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Basrowi & Suwandi, 2009), sedangkan tujuan dari penelitian kualitatif menurut (Basuki, 2010) ialah bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti.

Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti yang kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka-angka (Rahutomo, 2013). Sedangkan menurut (Adikresna et al., 2016) penelitian kualitatif menekankan pada analisis induktif, bukan analisis deduktif. Data yang dikumpulkan bukan dimaksudkan untuk mendukung atau menolak hipotesis yang telah disusun sebelum penelitian dimulai, tetapi abstraksi disusun sebagai kekhususan yang telah terkumpul dan dikelompokkan bersama lewat proses pengumpulan data yang dilaksanakan secara teliti.

Penelitian Kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas dan mencukupi agar dapat bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek penelitian yang diteliti agar menjadi lebih jelas. Pada penelitian ini, peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis melalui perhitungan angka-angka. Metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan "Strategi departemen media dan publikasi humas Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Sumatera Selatan jelas PON XX".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dilaksanakan dengan menggunakan teknik wawancara terhadap salah seorang staf Koni Provinsi Sumatera Selatan sendiri. Narasumber yang berhasil diwawancarai sendiri ialah bapak Dr. Kevin Octara S.Pd., M.Pd. selaku asisten dari bapak Dr. Meirizal Usra M.Kes sendiri. Bapak Dr. Meirizal Usra sendiri menjabat sebagai Bimpres (Bimbingan Prestasi) Koni Sumatera Selatan yang menangani para atlet Sumatera Selatan sendiri. Wawancara sendiri dilakukan pada hari Kamis, 25 November 2021.

Data yang tidak terungkap melalui wawancara, dilengkapi dengan penelusuran terhadap dokumen, arsip, maupun pemberitaan yang ada. Semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus

pertanyaan penelitian, hasil penelitian berikut sendiri dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi, yang menghasilkan hasil wawancara sebagai berikut:

Media apa saja yang digunakan oleh Humas Koni Sumatera Selatan sebagai media yang menyalurkan informasi mengenai PON XX?

Bapak Kevin sendiri mengatakan bahwa:

"Humas Koni sendiri dalam menjalankan tugasnya sendiri, termasuk penyiaran dan penyebaran informasi mengenai PON XX ini sendiri, melakukan penyebaran informasi melalui instagram pribadi humas koni sumsel, yaitu @humaskonisumsel. Dan humas koni juga memiliki partner atau rekan kerja sendiri seperti halnya teman-teman wartawan dari antaranews, dan penulis blog babe news."

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat diambil kesimpulan bahwa humas koni Sumatera Selatan sendiri dalam menjalankan tugasnya sendiri menggunakan media massa sebagai salah satu sarana dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Seberapa efektifkah media-media yang digunakan Humas Koni Sumsel dalam menyampaikan informasi PON XX kepada masyarakat?

Bapak Kevin sendiri mengatakan bahwa:

"Media yang digunakan sendiri sepertinya sudah dirasa cukup efektif. Karena melalui penggunaan media massa seperti instagram, dan media massa Koran elektronik sendiri sudah sangat terbukti bahwa cakupan yang dapat dicakup media massa tersebut sangat luas, dan masyarakat pun dapat melakukan interaksi langsung dengan memberikan like dan komentar mereka di instagram resmi humas koni Sumsel tersebut."

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa media yang digunakan sendiri sudah terbukti efektif, dapat dilihat dari bagaimana banyaknya

jumlah like dan komentar yang ada di tiap postingan instagram humas koni Sumsel itu sendiri.

Bagaimana respon public terhadap informasi-informasi mengenai PON XX? Puaskah public atau terdapat kritik dari public?

Bapak Kevin sendiri mengatakan bahwa:

“Untuk respon public sendiri sih Alhamdulillah public memberikan respon yang positif. Positif yang dapat dilihat sebagai contoh sendiri mungkin dapat dilihat dari komentar instagram humas koni Sumsel, di mana public membanjiri kata-kata penyemangat kepada para atlet Sumatera Selatan sendiri”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa public sendiri terus memberikan komentar positif dan memberikan dukungan kepada atlet Sumatera Selatan melalui instagram dari humas Koni Sumsel sendiri. public sendiri dirasa puas terhadap kinerja humas koni Sumsel yang aktif melakukan *update* mengenai atlet yang akan mengikuti PON XX.

Bagaimana pihak Humas Koni Sumatera Selatan memberikan pemahaman mengenai jalannya PON XX ini selagi masa pandemi kepada public yang cemas dengan kondisi sekarang

Bapak Kevin mengatakan bahwa:

“Kembali lagi humas koni mengandalkan kepada penyebaran informasi melalui media massa. Yang dimana kami sendiri menekankan pemberitaan bahwasannya atlet kita ini aman dari virus. Mulai dari sudah divaksin, karantina atau diinapkan di wisma atlet selama lebih dari 2 bulan agar mempermudah proses latihan mereka, dan sedikit meminimalisir interaksi dengan orang-orang diluar juga, lalu atlet juga rapid test sebelum keberangkatan, sebelum bertanding, sebelum kepulangan, dan sesudah kepulangan. Atlet sendiri juga di karantina di wisma atlet kembali selama satu minggu pasca kembali dari Papua.”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa atlet sendiri diberikan fasilitas, dan menjalankan

protokol kesehatan yang sangat lengkap. Dimulai dari mengikuti standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah, hingga prosedur kesehatan lain yang diberikan koni Sumsel itu sendiri.

Apa yang dilakukan humas Koni Sumatera Selatan dengan adanya kendala bahwasannya wartawan yang dapat berangkat ke Papua dan meliput PON XX hanya sedikit?

Bapak Kevin mengatakan bahwa:

“Kendala itu pasti ada, tapi kami sendiri berusaha semaksimal mungkin menjalankan tugas ini secara profesional. Staf anggota kami sendiri yang berangkat mungkin jumlahnya terbatas, karena memang sudah ketentuan dari PB Pon nya juga ada aturan kalau tidak semua staf koni itu bisa berangkat. Jadi, dengan terbatasnya staff yang bisa berangkat sendiri, kami membagi staff dan menempatkan mereka pada daerah pertandingan. Seperti contoh mimika, merauke, sentani, kota jayapura, dan masih banyak lagi. Jadi pokoknya setiap daerah di Papua yang jadi tempat pergelaran pertandingan, pasti ada staff kami yang bertugas di sana menjalankan tugasnya.”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa humas koni sumsel sendiri memiliki rencana dalam mengatasi kendala terbatasnya staff anggota yang dapat diberangkatkan. Walaupun begitu, setiap staf tetap melakukan tugasnya dengan penuh tanggung jawab dan profesional.

Bagaimana strategi media dan publikasi humas koni Sumatera Selatan dalam menyalurkan informasi mengenai PON XX?

Bapak Kevin mengatakan bahwa:

“Untuk strategi sendiri kami terus menekankan pemberitaan mengenai gebyar semangat para atlet, hasil dari pertandingan para atlet, bagaimana persiapan para atlet saat berada di Papua, dan bagaimana kebersamaan para atlet, pelatih, official, dan peserta lain pada saat pertandingan maupun di luar pertandingan.”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa humas Koni Sumsel memiliki strategi tersendiri dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Agar masyarakat sendiri tetap dapat merasakan semangat dan gejolak semangat dari para atlet yang sedang dan akan bertanding di lapangan. Dengan strategi tersebut juga humas Koni berusaha untuk menekan kekhawatiran masyarakat mengenai pandemi yang sekarang ini sedang terjadi.

Adakah kendala lain yang dialami pihak humas Koni Sumatera Selatan dalam mempublikasikan informasi PON XX selain terbatasnya wartawan yang berangkat ke Papua?

Bapak Kevin mengatakan bahwa:

“Untuk kendala lain mungkin tidak ada. Karena untuk masalah jaringan sendiri, infrastruktur di Papua sendiri sudah sangat memadai. Jaringan internet sendiri sudah sangat baik, dan juga terdapat wifi di setiap venue pertandingan. Sehingga, untuk urusan sinyal sendiri di Papua sendiri sudah sangat memadai”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa humas Koni Sumsel tidak menemukan kendala lainnya. Karena menurutnya sendiri bahwasannya hal-hal lain yang ada sendiri tidak menjadi hambatan, malah hal-hal tersebut dirasa telah lebih dari cukup dalam memenuhi kebutuhan mereka dalam bekerja secara profesional

Apakah kegiatan-kegiatan tersebut mendapatkan feedback yang baik dari public dan apakah kegiatan tersebut tercapai tujuannya yaitu untuk mendukung eksistensi PON XX khususnya di Sumatera Selatan?

Bapak Kevin mengatakan bahwa:

“Untuk *feedback* sendiri, masyarakat memberikan *feedback* yang positif berupa memberikan selamat kepada para penyabet medali Sumatera Selatan, masyarakat juga terus memberikan dukungan kepada para atlet yang sedang kurang beruntung selama berlaga sehingga gagal membawa pulang medali. Untuk tujuan mendukung eksistensi PON sendiri dirasa bahwa

tujuan tersebut tercapai. Mengapa demikian? Bahwasannya masyarakat Sumatera Selatan sendiri mengetahui bahwa peringkat keseluruhan kontingen Sumatera Selatan sendiri naik menjadi posisi 15 yang sebelumnya posisi 21. Itu tandanya bahwa masyarakat sendiri mengetahui *update* dan mengikuti mengenai perkembangan PON sendiri terkhususnya Sumatera Selatan”

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa *feedback* yang diberikan masyarakat sendiri beragam. Dan *feedback* yang diberikan masyarakat sendiri pada umumnya bersifat positif. Dan tujuan untuk mendukung eksistensi PON sendiri berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Media yang dipilih Koni Sumatera Selatan dalam mempublikasikan dan menginformasikan mengenai PON XX

Koni Sumatera Selatan menggunakan media massa dan sosial media sebagai sarana mereka dalam menyebarkan informasi seputar PON XX. Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya (Anggraini Novi, 2014). Perkembangan teknologi sendiri sudah digunakan dengan maksimal oleh KONI Sumsel sendiri. Penggunaan media massa sendiri dipilih karena dianggap sebagai media yang paling tepat untuk digunakan pada masa saat ini. Dengan menggunakan media massa sendiri, KONI dapat menjangkau masyarakat luas dengan efektif dan tidak memakan banyak waktu dalam persebaran informasinya. Tidak hanya menyebarkan secara mandiri, KONI sendiri dibantu oleh rekan-rekan wartawan sehingga hal tersebut juga memudahkan dan meringankan pekerjaan para staf KONI sendiri. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk

berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di *Blog*, *Twit* atau Video di *Youtube* dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Setiawan & Latifa, 2019). Media sosial adalah merupakan inovasi yang relatif terus berkembang, dan pemasaran media sosial merupakan industri yang relatif terus berkembang dinamis (Rahutomo, 2013). Dengan penggunaan media sosial juga Humas KONI sendiri dapat lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat. Terkhusus media sosial seperti *instagram* yang memungkinkan pemilik akun dan pengguna *instagram* lainnya berkomunikasi secara langsung, dan saling memberikan *feedback* mengenai sesuatu.

Respon dan feedback masyarakat mengenai informasi yang diberikan oleh pihak Humas KONI Sumatera Selatan

Seperti yang dapat dilihat pada hasil wawancara dan dokumentasi sebelumnya, masyarakat sendiri memberikan respon dan *feedback* yang berbeda-beda. Untuk respon masyarakat mengenai persebaran Covid-19 sendiri, nampaknya masyarakat cukup tenang dan menerima bahwasannya para atlet dalam keadaan aman, dan tidak akan menyebabkan penularan ataupun klaster persebaran Covid-19 yang baru. Hal tersebut demikian terjadi karena Humas KONI selalu memberikan dan menyajikan informasi yang menekankan bahwasannya atlet dalam keadaan yang baik-baik saja. Hal tersebut berdasarkan teori *agenda setting*. Teori *agenda setting* model menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah, (2009) menekankan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan tersebut, Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian masyarakat. Adapun efek dari *agenda setting* model terdiri atas efek langsung dan efek tidak langsung. Efek langsung berkaitan dengan isu: apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak; dari semua isu, mana yang dianggap paling

penting menurut khalayak; sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan. Sedangkan *feedback* masyarakat sendiri tergolong positif. Hal ini sendiri tidak lepas dari bagaimana strategi humas tersebut berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diinginkan, seperti yang dibahas oleh Ruth Yearley, *Planning Director* dari Biro Konsultan *Public Relations Ketchum London* dalam Konferensi *Chartered of Public Relations (CIPR) "Perfecting PR Strategy"* di London pada tahun 2007 mengatakan:

“Kami melihat strategi sebagai sebuah penjelasan intelektual yang membantu tim dan semua orang yang terlibat dalam program *public relations* mengerti apa yang harus mereka capai dan bagaimana mereka akan mencapainya. Strategi merupakan pijakan bagi seluruh program dan tempat untuk selalu kembali untuk melihat bahwa kita berada pada jalur yang benar dan mengerti mengapa kita melakukan apa yang kita lakukan” (Prayudi, 2012).

Hambatan dan kendala yang dihadapi oleh staf Humas KONI Sumsel selama pergelaran PON XX

Berdasarkan peraturan yang dikeluarkan oleh PB.PON Papua sendiri, yang menyatakan bahwasannya untuk menghindari lonjakan pendatang, dan menghindari penyebaran klaster covid-19 terbaru sendiri, dikeluarkan peraturan yang membahas mengenai aturan pembatasan atlet maupun staf dan anggota KONI yang diperbolehkan datang. Jadi, tidak semua orang dapat datang, dan berkunjung dari daerah asal ke Papua pada saat itu. PB.PON Papua sendiri membatasi hal tersebut agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan. Hal tersebut, sepertinya menjadi salah satu hambatan bagi staf humas KONI dalam melakukan tugasnya. Tetapi, hal tersebut dapat diatasi dengan pembagian tugas dari masing-masing staf yang bertugas sendiri. Sedangkan, untuk sinyal sendiri dirasa aman karena baiknya infrastruktur yang memadai di Papua sendiri. Infrastruktur di Papua sendiri sudah sangat baik, mulai dari sinyal yang baik, wifi yang tersedia di setiap venue, hingga

berbagai macam infrastruktur lain yang sudah sangat baik.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi dan publikasi menjadi hal yang penting untuk direncanakan dan dilaksanakan dengan benar, karena dari hal inilah informasi-informasi dapat tersampaikan ke publik dengan tepat dan sasaran pesan yang benar. Pihak Humas KONI Sumsel dalam pelaksanaan PON XX sudah menentukan strategi dalam melakukan publikasi dan menyampaikannya kepada publik, diantaranya adalah memanfaatkan media sosial dan media massa sebaik mungkin dengan melakukan interaksi dengan masyarakat di media sosial. Selain itu juga memfokuskan pada pemberitaan-pemberitaan mengenai atlet-atlet dengan kondisi yang baik dan protokol kesehatan yang baik pula sehingga meyakinkan masyarakat bahwa walaupun di tengah pandemi PON XX tetap berlanjut dengan meriah dan keadaan yang kondusif. Pemfokusan pemberitaan ini tidak lepas dengan agenda setting, di mana Humas KONI ingin meyakinkan masyarakat dengan pemberitaan yang positif sehingga masyarakat tidak perlu khawatir.

Dari strategi itu Humas KONI Sumsel dapat dengan berhasil mempublikasikan dan menyebarkan informasi mengenai PON XX kepada masyarakat yang membutuhkan informasi sehingga euphoria PON XX tetap terasa dan sampai pada masyarakat yang tidak dapat datang langsung ke Papua terkhusus masyarakat Sumsel yang penasaran akan atlet-atlet dari Sumsel sendiri. Strategi publikasi dari Humas KONI Sumsel dapat dikatakan berhasil dalam menyebarkan informasi tersebut.

REFERENSI

Adikresna, K. G., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2016). STRATEGI MEDIA RELATIONS PT ASTRA INTERNATIONAL TBK DALAM MEMPUBLIKASIKAN PROGRAM SATU INDONESIA Media relations merupakan kegiatan yang sangat penting untuk PT Astra International Tbk bekerja sama dengan PT Tempo Group

dalam pelaksanaan program dari PT A. *Komunikatif, Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5(2), 18–34.

<http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/987>

Anggraeni, N., Siswoyo, M., & Nurfalih, F. (2014). Strategi Public Relations dalam Mendukung Pemasaran Pembangkit Listrik Nasional (PLN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(3), 206. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i3.71>

Basrowi, & Suwandi. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Basuki, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penaku.

Mahendra, L., & Dudy, Yanuwardhana., Nusantara, M. (2021, August 11). PON XX Papua akan diliput 1.157 Wartawan. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/video/2319758/pon-xx-papua-akan-diliput-1157-wartawan>

Rahutomo, A. N. (2013). *Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir*. 1(2), 324–340.

Setiawan, B., & Latifa, A. (2019). Strategi Public Relations Radio Geronimo Yogyakarta dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 189–198. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4897>