

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations (PR) memiliki peran penting baik bagi lembaga, perusahaan maupun bagi publik eksternal. *Public Relations* berperan untuk memberikan informasi secara tepat dan akurat sehingga mampu diterima dan dapat dipahami oleh publik. Ketika informasi yang diterima oleh publik mudah dimengerti tentunya anggapan ketidakpedulian suatu perusahaan dapat berubah menjadi sebuah jawaban tentang apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut dan mampu menciptakan pandangan citra yang positif. Untuk mempertahankan serta meningkatkan reputasi perusahaan, diperlukan adanya hubungan baik dengan pihak eksternal. Dalam membangun hubungan yang baik tersebut, peran *public relations* perusahaan sangatlah penting. Peran *public relations* bukan hanya terdapat di suatu lembaga namun juga pada seluruh industri, salah satunya pada industri hiburan olahraga khususnya dalam hal ini yaitu sepak bola.

Saat ini sepak bola bukan hanya sekadar olahraga yang memikirkan cara untuk menentukan menang dan kalah dalam suatu pertandingan. Namun sepak bola juga sudah tumbuh menjadi bagian dari sebuah industri hiburan dalam bidang olahraga sama seperti industri hiburan lain, misalnya dibidang kreatif ada perfilman dan musik. Semakin beragamnya jenis hiburan, memunculkan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, sepak bola juga harus memiliki peranan khusus dalam *public relations* nya untuk tetap bertahan di industri hiburan yang tentunya harus sesuai dengan target audiensi dan pasar. Salah satu klub sepak bola di Indonesia yang menjalankan peran dalam kegiatan *public relations* nya melalui media sosial adalah Persib Bandung.

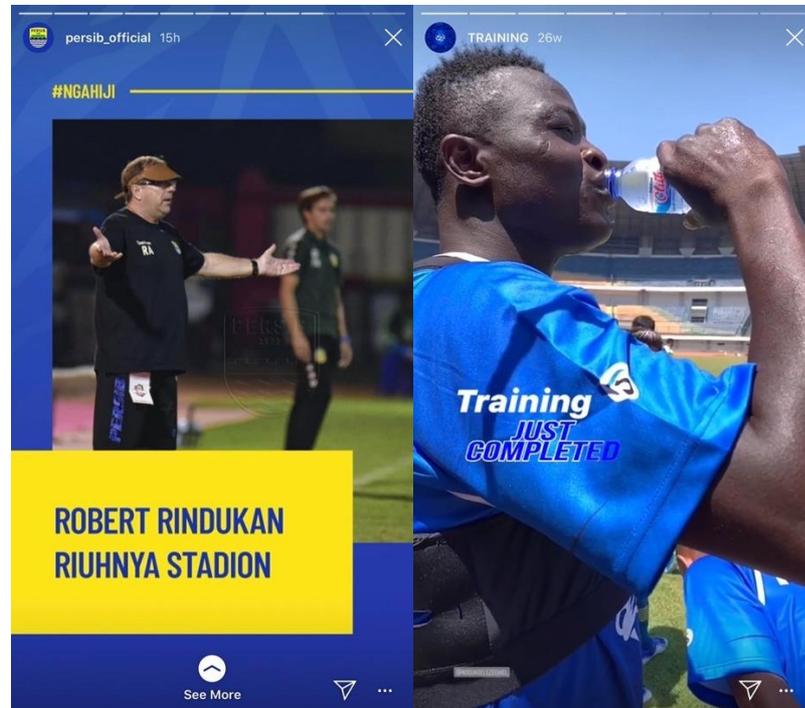
Persib Bandung merupakan klub sepak bola Indonesia yang berasal dari kota Bandung dan beralamat di Jalan Sulanjana No. 17 Bandung. Klub ini berdiri pada 14 Maret 1933 dengan nama *Bandoeng Inlandsche Voetball Bond* sebelum akhirnya diganti menjadi Persatuan Sepakbola Indonesia Bandung yang disingkat menjadi Persib Bandung. Klub sepak bola asal kota Bandung ini melihat dan juga mengikuti perkembangan jaman dengan mempunyai beberapa media sosial untuk

menjalankan peran *public relations* dalam kegiatannya agar bisa berinteraksi dengan pengikutnya. Bagaimana tidak, saat ini industri sepak bola tidak bisa dipisahkan dari kemajuan teknologi yang begitu pesat, salah satunya adalah media sosial. Dengan mempunyai media sosial, berbagai macam informasi bisa dengan mudah disebar. Selain itu, peran media sosial bagi klub sepak bola pun menyajikan fenomena menarik. Di dalam media sosial, kita dapat berinteraksi langsung dengan klub favorit kita. Di luar itu, industri sepak bola pun dapat mendapatkan banyak keuntungan dari media sosial seperti promosi sponsor tim sepak bola maupun berita *transfer* pemain bisa dengan mudah didapatkan. Dalam sebuah tulisan berjudul *Sport and Social Media Research: Sport Management Review*, dijelaskan bahwa *new media* dalam olahraga, dalam hal ini juga termasuk Instagram, digambarkan sebagai sebuah teknologi interaktif yang memfasilitasi hubungan antara organisasi dan individual, baik antara atlet, klub, *official*, dan penggemar. Sedangkan pada sisi pengikut, peran media sosial seperti menghilangkan batasan baik jarak ataupun lokasi yang selama ini terbentang antara klub dan pengikut. Melalui status di media sosial, pengikut dapat mengetahui perkembangan serta berinteraksi dengan klub. Oleh karena itu, guna mengikuti perkembangan jaman klub sepak bola Persib Bandung memanfaatkan media sosial untuk menjalankan peran dalam kegiatan *public relations* nya salah satunya yaitu melalui Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Dengan beragamnya fitur yang dihadirkan Instagram, kegiatan *public relations* ini bisa dilakukan seperti mengunggah foto, video, *instastory*, hingga Instagram TV (IGTV) yang durasinya bisa mencapai 10 menit. Fitur lainnya yang dapat digunakan untuk menunjang kegiatan *public relations* adalah *Live* Instagram yaitu seperti melakukan siaran langsung dan bisa tersimpan dalam kurun waktu 24 jam. Dalam artian, hal tersebut memudahkan klub sepak bola Persib Bandung untuk melakukan kegiatan *public relations* nya melalui media sosial Instagram.

Persib Bandung memiliki akun Instagram dengan *username* @Persib_Official yang pertama kali dibuat pada 12 Desember 2013. Sejak pertama kali dibuat, saat ini akun @Persib_Official sudah menginjak 4,2 juta pengikut dengan unggahan foto maupun video sebanyak 8430 kali. Akun Instagram @Persib_Official berisikan konten tentang informasi jadwal

bertanding, informasi *starting eleven*, informasi pembelian tiket dan *merchandise*, hiburan kuis dan trivia, hingga ucapan hari raya, nasional, dan hari-hari besar lainnya.



Gambar 1.1 Instastory akun Instagram @Persib_Official

(Sumber: www.instagram.com/persib_official)

Gambar 1.1 tersebut diunggah akun Instagram @Persib_Official yang menunjukkan informasi berita terkini tentang klub dan juga informasi latihan yang telah selesai dilakukan. Selain itu, akun Instagram @Persib_Official juga aktif mengunggah ulang informasi yang diberikan oleh akun yang berkaitan dengan klub seperti @persib_officialstore sebagaimana akun tersebut sering mengadakan diskon untuk pembelian *merchandise* klub dan akun @1933dapurkopi yang merupakan *official coffee and café* dari klub sepak bola Persib Bandung itu sendiri agar pengikut dari akun @Persib_Official selalu mendapatkan informasi yang lebih lengkap, luas dan tentunya *up to date*.

Aktivitas lain yang dilakukan *public relations* Persib Bandung melalui akun @Persib_Official adalah selalu memberikan *caption* juga menggunakan *hashtag* atau tagar #PERSIB, #PERSIBsalawasna, #PERSI87UARA, serta #MENANGBERSAMA pada unggahannya agar memudahkan pengikut untuk

mencari informasi yang berkaitan dengan klub. Sebagaimana hal tersebut juga dapat meningkatkan *engagement* kepada pengguna Instagram lainnya.



Gambar 1.2 Unggahan akun Instagram @Persib_Official

(Sumber: www.instagram.com/persib_official)

Selain itu, peran lain yang dilakukan oleh *public relations* Persib Bandung melalui akun @Persib_Official yaitu adalah cepat dan tanggap dalam menghadapi segala situasi dan kondisi serta memberikan informasi terkini berupa pernyataan maupun respon jika sesuatu telah terjadi yang dialami oleh klub. Seperti yang

tertera pada tanggal 27 Maret 2020, Persib Bandung dengan cepat memberikan *official statement* bahwa salah satu pemainnya positif terkena Covid-19 atau yang dikenal sebagai *Corona Virus Disease*. Persib Bandung mengunggah foto dan video berdurasi 39 detik yang berisi pengumuman bahwa salah satu pemainnya telah dikonfirmasi positif Covid-19 dan dinyatakan bahwa pemain tersebut sekarang dalam kondisi tanpa gejala dan sedang menjalani isolasi mandiri yang dipantau tim dokter Persib sesuai dengan protokol pemerintah. Seperti yang dikutip oleh akun Instagram @persib_official “*Guna memudahkan proses isolasi mandiri dan mencegah pemain keluar rumah, Persib menyediakan makanan dan kebutuhan sehari-hari bagi pemain yang sedang menjalani isolasi mandiri tersebut dengan proses pengantaran tanpa kontak. Diluar itu, untuk pemain dan official Persib lainnya akan melakukan karantina di rumah sesuai dengan protokol kesehatan yang ada. Persib juga telah melakukan pembersihan menyeluruh dengan disinfektan di asrama pemain dan kantor, termasuk store, café, dan radio. Sementara, jadwal latihan regular Persib juga akan ditangguhkan sampai dengan isolasi mandiri selesai dilakukan.*”



Gambar 1.3 Unggahan akun Instagram @Persib_Official terkait pemain yang positif Covid-19

(Sumber: www.instagram.com/persib_official)

Melihat akun Instagram @Persib_Official yang aktif, seluruh pengikut, pendukung, maupun pihak eksternal klub lainnya dapat mengetahui informasi dengan mudah dan terkini tentang klub sepak bola Persib Bandung. Dalam hal ini, masyarakat mendapatkan informasi melalui unggahan akun Instagram @Persib_Official yang dilakukan setiap harinya. Semua aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh Persib Bandung melalui akun Instagram @Persib_Official tidak lain bertujuan untuk mempertahankan citra klub Persib Bandung itu sendiri di kalangan pengikut, pendukung, dan khususnya masyarakat Bandung. *Public relations* memiliki peran besar dalam mendapatkan serta mempertahankan citra positif di kalangan masyarakat dan pengikut akun Instagram @Persib_Official.

Punya 4,1 Juta Pengikut, Persib Jadi Klub Indonesia Terpopuler di Instagram

Kompas.com - 29/04/2020, 19:00 WIB

BAGIKAN:  

Komentar



Iklan ditutup oleh Google

Gambar 1.4 Berita Klub Terpopuler di Instagram

(Sumber: kompas.com)

Dikutip oleh *kompas.com*, “*Persib Bandung menjadi klub Indonesia yang paling populer di dunia maya. Persib diketahui memiliki 4,1 juta pengikut di akun Instagram mereka. Kedatangan pemain berlabel bintang seperti Wander Luiz dan Geoffrey Castillion turut membuat warganet penasaran hingga tak ragu menekan tombol “follow” di akun Instagram Persib*”. Jika dibandingkan dengan klub sepak bola Indonesia yang lainnya, *kompas.com* juga menjelaskan “*Klub Indonesia selanjutnya yang memiliki pengikut berjumlah jutaan di Instagram adalah Persija Jakarta. Klub berjudul Macan Kemayoran itu memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,5 juta. Kemudian, di bawah Persib dan Persija ada tim asal*

Jawa Timur, Persebaya Surabaya. Tercatat, Instagram Persebaya Surabaya memiliki pengikut sebanyak 1,7 juta”.



Gambar 1.5 Perbandingan akun Instagram Persib Bandung, Persija Jakarta, dan Persebaya Surabaya

(Sumber: www.instagram.com/persib_official,
www.instagram.com/persijajkt, www.instagram.com/officialpersebaya)

Dengan citra positif yang dimiliki klub sepak bola Persib Bandung seperti berita yang dilansir oleh *kompas.com* pada 29 April 2020 dengan judul “*Punya 4,1 Juta Pengikut, Persib Bandung Jadi Klub Indonesia Terpopuler di Instagram*” menjadikan citra klub sepak bola Persib Bandung saat ini adalah sebagai tim terpopuler se-Indonesia di media sosial Instagram melalui akun @Persib_Official.

Seperti latar belakang yang telah dijelaskan, berdasarkan pandangan tersebut, peran *public relations* klub sepak bola Persib Bandung menggunakan media sosial Instagram @Persib_Official dalam upaya mempertahankan citra sangatlah penting karena banyaknya klub sepak bola di Indonesia yang masih belum merasakan pentingnya peranan *public relations* secara *professional*,

padahal teknologi semakin *modern* dan keilmuan *public relations* pun berkembang pesat. Sebagaimana hal ini sejalan dengan penelitian penulis bahwa mempertahankan citra sangatlah penting, maka penulis membuat hal tersebut sebagai urgensi objek dari penelitian penulis yang berjudul “Peran *Public Relations* Klub Sepak Bola Persib Bandung Dalam Mempertahankan Citra Melalui Media Sosial Instagram @Persib_Official”.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam hal ini peneliti perlu menetapkan batasan dan menentukan fokus pada penelitian agar tidak meluas pada peran apa yang dilakukan *public relations* klub sepak bola Persib Bandung dalam mempertahankan citra melalui media sosial Instagram.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran unit *public relations* klub sepak bola Persib Bandung dalam mempertahankan citra melalui media sosial Instagram @Persib_Official?
2. Bagaimana citra yang dipertahankan klub sepak bola Persib Bandung melalui media sosial Instagram @Persib_Official?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang telah disampaikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran unit *public relations* klub sepak bola Persib Bandung dalam mempertahankan citra melalui media sosial Instagram @Persib_Official.
2. Untuk mengetahui citra yang dipertahankan klub sepak bola Persib Bandung melalui media sosial Instagram @Persib_Official.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini semoga dapat memberikan saran terhadap perkembangan studi *public relations*, terutama peran *public relations* dalam

sepak bola melalui media sosial dan menjadi referensi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan *feedback* positif bagi perusahaan itu sendiri dan menjadi bahan untuk evaluasi kedepannya. Selain itu, dapat memberi pengetahuan dan wawasan bagi pihak yang membutuhkan tentang bagaimana peran *public relations* dalam klub sepak bola terutama melalui media sosial Instagram.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Telkom University Bandung yang dimulai dari bulan September 2019 hingga bulan September 2020.

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

		2019				2020		
NO	Tahapan Penelitian	SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR
1	Menentukan Topik dan Judul Penelitian							
2	Mengumpulkan Kajian dan Penelitian Terdahulu							
		2020						
		APR	MEI	JUN	JUL	AGU	SEP	OKT
3	Desk Evaluation							
4	Mengumpulkan dan Mengolah Data							
5	Analisis dan Interpretasi Data							
6	Menyusun Hasil Penelitian Berupa Skripsi							

7	Sidang Skripsi							
---	----------------	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber: Olahan Penulis)