

Strategi Pemulihan Citra Persib Bandung Pasca-Insiden Dengan Suporter Pada Pertandingan *Afc Champions League Two* Kontra Port Fc

Mochammad Devin Ikhsa'an Nabil¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia, devinikhsaan@student.telkomuniversity.ac.id

²Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia, muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

In the incident of alleged violence against supporters in the AFC Champions League Two match against Port FC triggered a massive crisis of trust and negative sentiment threatening Persib Bandung's reputation. This study aims to analyze the image restoration strategies applied by the club's management in addressing the crisis. The research employs a qualitative approach with a case study method, referring to William L. Benoit's Image Restoration Strategy theory (2015). Data collection was conducted through observation and in-depth interviews with five informants. Data analysis was performed through data reduction, data display, and conclusion drawing, with data validity tested using source triangulation. The results indicate that Persib Bandung implemented an integrated strategy covering evidence-based resistance, proportional evasion of responsibility, sentiment reduction through achievement assets, systemic corrective action on security procedures, and expression of regret through ethical leadership. This study concludes that the effectiveness of image restoration is achieved through a combination of forensic data integrity and the moral accountability of leadership. This research contributes a crisis handling model based on evidence and ethics in the national football industry prone to supporter conflicts.

Keywords : *Crisis of Trust, Image Restoration Theory, Negative Sentiment, Persib Bandung, Supporter Incident.*

Abstrak

Insiden dugaan kekerasan terhadap suporter pada pertandingan AFC Champions League Two kontra Port FC memicu krisis kepercayaan dan sentimen negatif masif yang mengancam reputasi Persib Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemulihan citra yang diterapkan manajemen klub dalam menanggulangi krisis tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, serta mengacu pada teori Image Restoration Strategy dari William L. Benoit (2015). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam bersama lima informan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persib Bandung menerapkan strategi terintegrasi yang mencakup resistansi berbasis bukti, pengelakan tanggung jawab proporsional, peredaman sentimen melalui aset prestasi, tindakan perbaikan sistemik pada prosedur keamanan, serta pernyataan penyesalan melalui kepemimpinan etis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas pemulihan citra tercapai melalui kombinasi antara integritas data forensik dan akuntabilitas moral pimpinan. Penelitian ini memberikan kontribusi model penanganan krisis berbasis bukti dan etika dalam industri sepak bola nasional yang rentan terhadap konflik suporter.

Kata Kunci: *Image Restoration Theory, Insiden Suporter, Krisis Kepercayaan, Persib Bandung, Sentimen Negatif*

I. PENDAHULUAN

Tingginya keterlibatan emosional suporter dalam industri sepak bola membawa tantangan tersendiri bagi manajemen klub, khususnya dalam pengelolaan komunikasi publik saat terjadi kondisi tidak ideal. Loyalitas fanatik Bobotoh terhadap Persib Bandung merupakan kekuatan besar, namun di sisi lain menghadirkan risiko krisis komunikasi apabila ekspektasi publik tidak terpenuhi. Hal ini terlihat nyata pada insiden pasca-pertandingan *AFC Champions League Two* melawan Port FC pada 19 September 2024, di mana terjadi dugaan kekerasan yang

melibatkan suporter di area *locker room*. Peristiwa ini memicu reaksi keras di media sosial dan kanal pemberitaan daring, yang tidak hanya mempermasalahkan aspek keamanan prosedur pertandingan tetapi juga menjadi sorotan publik yang mengancam reputasi klub secara luas.

Dalam konteks era digital, kecepatan penyebaran informasi menjadi faktor krusial yang memperburuk dampak krisis. Persepsi publik dapat terbentuk hanya dalam hitungan menit melalui media sosial, sehingga respons cepat dan transparansi menjadi elemen vital. Insiden ini menjadi sorotan penting karena terjadi di ajang internasional, di mana eksposur media sangat kuat dan berpengaruh terhadap citra sepak bola Indonesia. Selain itu, peristiwa ini merefleksikan dinamika emosi suporter yang tidak hanya mempengaruhi atmosfer pertandingan, tetapi juga membawa konsekuensi terhadap regulasi sanksi dan hubungan klub dengan federasi sepak bola internasional.

Tabel 1 Perbandingan Klub Liga Indonesia

No.	Data	Persib Bandung	Persija Jakarta	Persipura Jayapura	Dewa United
1.	Jumlah Followers Instagram	8,6 juta pengikut	4,2 juta pengikut	315 ribu pengikut	259 ribu pengikut

Olahan Peneliti (2024)

Secara komparatif, Persib Bandung memiliki posisi unik sebagai objek studi karena popularitasnya yang tertinggi di antara klub Liga 1 lainnya. Dengan jumlah pengikut media sosial mencapai 8,6 juta dan nilai valuasi skuad tertinggi di Liga Indonesia, Persib menghadapi tantangan komunikasi yang lebih kompleks dibandingkan klub lain. Tingginya visibilitas ini membuat setiap informasi negatif termultiplikasi dengan cepat, seperti terlihat pada munculnya publikasi negatif di platform X (Twitter) yang menyudutkan manajemen. Kegagalan dalam mengelola komunikasi pada titik ini berpotensi merusak reputasi yang telah dibangun bertahun-tahun serta memicu penurunan dukungan dari basis penggemar.

Peran *Public Relations* (PR) menjadi sangat fundamental dalam situasi ini untuk melindungi reputasi dan memulihkan kepercayaan. Manajemen krisis menuntut organisasi untuk memilih pesan dan metode penyampaian yang paling efektif guna mereduksi dampak negatif. Meskipun manajemen Persib telah melakukan langkah investigasi internal (*fact finding*) yang menyimpulkan tidak adanya bukti kekerasan pemain, dinamika di ruang publik menunjukkan masih adanya celah pada mekanisme komunikasi yang perlu dikelola. Perbedaan keterangan antarpihak dan eskalasi isu di media sosial menunjukkan bahwa persoalan ini tidak hanya berhenti pada ranah disiplin pertandingan, melainkan berkaitan erat dengan strategi pengendalian opini publik.

Penelitian terdahulu seperti karya Puspitasari dan Purworini (2024) mengenai respons PSSI terhadap Tragedi Kanjuruhan serta Prastya (2018) mengenai polemik juara Liga 1, umumnya berfokus pada analisis *framing* media dan pernyataan publik eksternal. Studi-studi tersebut menyoroti bagaimana pesan krisis dikonstruksi media, namun belum menggali secara mendalam strategi komunikasi yang dijalankan secara internal oleh tim klub. Hal ini menyisakan celah penelitian (*gap*) untuk menganalisis praktik nyata tim komunikasi klub profesional dalam merancang dan mengeksekusi strategi pemulihan citra dari sudut pandang internal organisasi.

Melalui penjelasan di atas dapat dilihat bahwa strategi komunikasi krisis menjadi elemen krusial dalam menjaga stabilitas reputasi klub sepak bola profesional. Namun, penelitian yang membedah strategi internal klub dalam pemulihan citra pasca-insiden suporter masih terbatas. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi pemulihan citra Persib Bandung pasca-insiden dengan suporter pada pertandingan *AFC Champions League Two*. Penelitian ini mengacu pada teori *Image Restoration Strategy* (IRS) dari William L. Benoit (2015). Pendekatan yang digunakan peneliti yaitu kualitatif dengan metode deskriptif interpretatif guna mengeksplorasi pemaknaan yang mendalam mengenai dinamika pengambilan keputusan komunikasi dalam situasi krisis. Penelitian ini mendapatkan data yang relevan dari hasil wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi saluran komunikasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi model penanganan krisis yang efektif bagi industri olahraga nasional yang rentan terhadap konflik suporter.

II. TINJAUAN LITERATUR

Image Restoration Strategy

Strategi pemulihan citra dalam penelitian ini dianalisis menggunakan model *Image Restoration Strategy* (IRS) dari William L. Benoit (2015). Model ini digunakan untuk memahami respons organisasi terhadap situasi krisis yang mengancam reputasi melalui lima strategi utama, yaitu:

1. *Denial*, digunakan ketika organisasi membantah keterlibatan dalam peristiwa penyebab krisis. Strategi ini mencakup *Simple Denial* dan *Shift the Blame*
2. *Evasion of Responsibility*, di mana organisasi mengakui insiden namun berupaya mengurangi tingkat tanggung jawabnya. Sub-strateginya meliputi *Provocation*, *Defeasibility*, *Accident* dan *Good Intentions*.
3. *Reducing Offensiveness*, bertujuan meminimalisir kesan negatif insiden. Tekniknya meliputi *Bolstering*, *Differentiation*, *Transcendence*, *Attack Accuser*, dan *Compensation*.
4. *Corrective Action*, berfokus pada komitmen organisasi untuk memperbaiki kesalahan secara konkret dan memberikan jaminan pencegahan agar tidak terulang di masa depan.
5. *Mortification*, merupakan strategi pamungkas yang melibatkan pengakuan tanggung jawab penuh dan permintaan maaf tulus untuk meredakan kemarahan publik.

Crisis Communication

Dalam menghadapi situasi darurat, organisasi memerlukan strategi komunikasi krisis yang tepat. Coombs (2019) mendefinisikan komunikasi krisis sebagai proses strategis penyampaian informasi untuk meminimalkan kerusakan reputasi dan menjaga kepercayaan. Efektivitasnya bergantung pada respons yang cepat, akurat, dan transparan guna mereduksi ketidakpastian. Fearn-Banks (2016) menambahkan bahwa organisasi harus memilih pesan dan metode penyampaian terbaik. Sementara itu, Ulmer, Sellnow, dan Seeger (2018) menekankan pentingnya komunikasi reflektif dan etis sebagai modal utama membangun kembali ketahanan organisasi pasca-krisis.

Sport Industry Communication

Komunikasi di industri olahraga adalah bentuk komunikasi strategis untuk mengelola hubungan antara organisasi olahraga dengan pemangku kepentingan seperti suporter dan media (Billings, 2015). Hopwood et al. (2002) menjelaskan bahwa *public relations* dalam olahraga berperan vital membentuk reputasi global. Di era digital, komunikasi ini tidak lagi searah, melainkan melibatkan interaksi *real-time* dan pemasaran interaktif yang memanfaatkan konten multimodal untuk meningkatkan *engagement* penggemar sebagai aset utama bisnis olahraga modern.

Citra (Image)

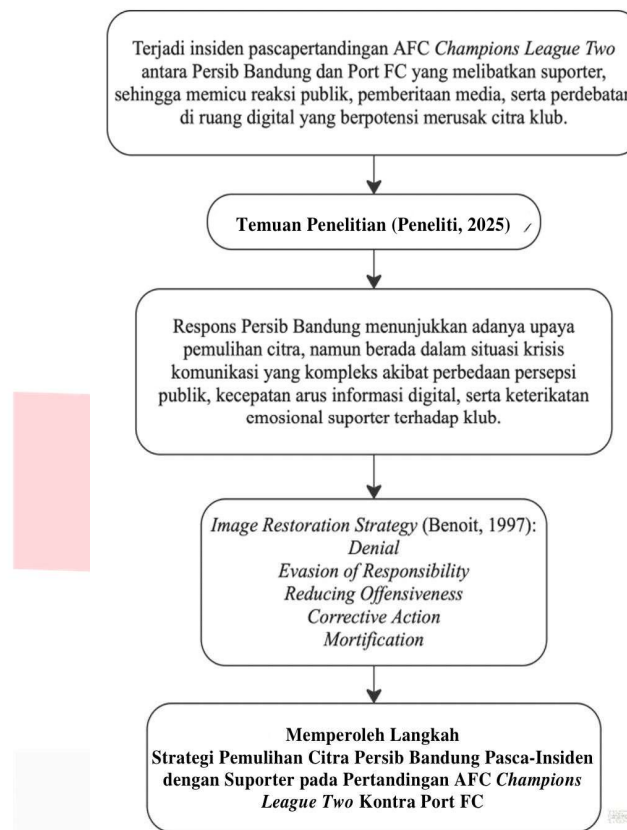
Citra adalah representasi persepsi publik terhadap entitas yang dibentuk melalui komunikasi dan pengalaman berulang (Balmer, 2017). Cornelissen (2020) menyatakan bahwa citra terbentuk dari identitas perusahaan dan aktivitas komunikasi yang menciptakan kesan kolektif. Citra bersifat dinamis dan rentan saat krisis. Oleh karena itu, teori citra menjadi acuan untuk menilai bagaimana persepsi publik dibentuk ulang melalui langkah strategis organisasi dalam mengembalikan kepercayaan.

Media Sosial dan New Media

Media sosial didefinisikan sebagai platform *online* yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu (Fitriani, 2017; Widada, 2018). Dalam konteks bisnis, media sosial berfungsi meningkatkan visibilitas dan membangun hubungan dengan audiens yang lebih luas (Khamaria, 2019). Hal ini berkaitan erat dengan konsep *New Media* (McQuail, 2019), yaitu teknologi komunikasi digital yang memungkinkan interaksi dinamis dan partisipasi aktif pengguna. Bagi PR, media baru ini dimanfaatkan untuk menjalankan program komunikasi yang transparan dan terukur (Grunig, 2009).

Digital Public Relations

Digital Public Relations merupakan serangkaian kegiatan kehumasan yang berfokus pada media berbasis internet untuk menciptakan *goodwill* (Ardianto, 2014). Nasrullah (2021) menjelaskan bahwa dalam Digital PR, praktisi berfungsi sebagai garda terdepan menjaga citra di media sosial. Strategi ini menuntut konsistensi dalam memperbarui informasi dan kemampuan berdialog dua arah dengan publik. Dalam penelitian ini, Digital PR menjadi kerangka untuk mengeksplorasi peran strategi komunikasi digital Persib Bandung dalam mempublikasikan fakta dan memulihkan citra pasca-insiden.



Gambar 1 Kerangka Penelitian
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang berupaya memahami makna di balik tindakan manusia melalui perspektif partisipan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Menurut Creswell (2016), studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi suatu sistem terikat (*bounded system*) atau kasus secara mendalam melalui pengumpulan data yang detail. Metode ini dipilih untuk membedah secara komprehensif strategi pemulihan citra yang dilakukan oleh manajemen Persib Bandung dalam konteks krisis nyata, sehingga peneliti dapat menangkap dinamika pengambilan keputusan dan pemaknaan strategi di balik respons klub terhadap insiden suporter.

Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dan pemahaman mendalam terhadap masalah. Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima orang, yakni Informan Kunci (*Head of Communication* dan *Media Officer* PT Persib Bandung Bermartabat), Informan Ahli (Akademisi/Praktisi PR), serta Informan Pendukung (Jurnalis dan Kreator Konten Global). Objek penelitian ini adalah strategi pemulihan citra Persib Bandung pasca-insiden dengan suporter pada pertandingan *AFC Champions League Two*. Penelitian dilakukan di Kantor PT Persib Bandung Bermartabat (Graha Persib), Jl. Sulanjana No. 17, Tamansari, Kota Bandung, Jawa Barat.

Peneliti memanfaatkan teknik pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif pada saluran komunikasi resmi klub, dan dokumentasi pemberitaan media. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang

terdiri dari tiga tahapan, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

Untuk menjamin validitas temuan, penelitian ini melakukan pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari perspektif yang berbeda, yaitu dengan mengonfrontasi pernyataan manajemen klub (Informan Kunci) dengan pandangan pakar (Informan Ahli) dan temuan media eksternal (Informan Pendukung) guna menghasilkan kesimpulan yang objektif mengenai efektivitas strategi pemulihan citra yang dijalankan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi Resistansi Berbasis Bukti Digital (*Evidence-Based Denial*) dalam Mematahkan Narasi Kekerasan Dalam menghadapi tuduhan kekerasan terhadap suporter, manajemen Persib Bandung menerapkan strategi *Denial* (Penyangkalan) yang bersifat *Simple Denial*. Namun, berbeda dengan pola penyangkalan konvensional, Persib mengadopsi pendekatan berbasis bukti digital (*evidence-based*). Manajemen memilih menunda respons awal (*silence procedure*) untuk melakukan investigasi internal dan pengumpulan fakta forensik. Strategi ini selaras dengan prinsip *Crisis Communication* dari Coombs (2012) yang menekankan akurasi informasi di atas kecepatan respons guna mereduksi ketidakpastian.

Keputusan untuk merilis rekaman CCTV sebagai "kebenaran visual" (*visual truth*) efektif mematahkan narasi subjektif yang beredar di media sosial. Temuan ini memvalidasi konsep *New Media* dari McQuail (2019) di mana teknologi digital berfungsi merepresentasikan realitas objektif yang tak terbantahkan. Pemanfaatan saluran komunikasi resmi klub (*owned media*) sebagai sumber informasi tunggal berhasil mengembalikan kendali narasi kepada organisasi, mengubah persepsi publik dari spekulasi liar menjadi penerimaan fakta bahwa tidak terjadi pengeroyokan sistematis oleh pemain.

B. Penerapan Strategi Pengelakan Tanggung Jawab (*Evasion of Responsibility*) Melalui Narasi Spontanitas Untuk melindungi reputasi institusi dari kerusakan permanen, manajemen menerapkan strategi *Evasion of Responsibility* melalui teknik *Defeasibility* dan *Accidental*. Manajemen membingkai ulang (*reframing*) insiden tersebut bukan sebagai kebijakan struktural, melainkan sebagai tindakan spontanitas oknum di lapangan yang berada di luar kendali manajemen (*accidental cluster*). Narasi ini diperkuat dengan logika keamanan (*security logic*) bahwa pelanggaran zonasi area steril oleh suporter menjustifikasi tindakan pengamanan, meskipun prosedur administratifnya diakui keliru.

Strategi ini efektif menggeser atribusi tanggung jawab publik. Dengan melokalisir kesalahan pada oknum provokator dan mengakui adanya "niat baik" (*good intentions*) untuk mengamankan situasi, Persib berhasil menyelamatkan citra korporasi. Hal ini sejalan dengan temuan Billings (2015) dalam *Sport Communication*, di mana pengelolaan emosi fans dilakukan dengan memilah antara kritik valid dengan perilaku anarkis, sehingga mencegah krisis meluas menjadi perlawanan kolektif dari basis pendukung.

C. Penerapan Strategi Peredaman Sentimen Negatif (*Reducing Offensiveness*) Melalui Aset Prestasi dan Inklusivitas Dalam upaya meredakan kemarahan publik, Persib mengaktivasi strategi *Reducing Offensiveness* dengan teknik *Bolstering*. Manajemen memanfaatkan modal sosial berupa status sebagai Juara Bertahan Liga 1 (*Back-to-Back Champion*) sebagai perisai reputasi. Narasi prestasi ini berfungsi sebagai penyangga emosional yang mengingatkan suporter pada kontribusi positif klub, sehingga mengimbangi intensitas isu negatif yang sedang terjadi.

Selain itu, manajemen melakukan transformasi pendekatan komunikasi dari defensif menjadi inklusif melalui program dialog "Sampurasun". Forum tatap muka ini menjadi ruang katarsis bagi suporter untuk didengar, yang secara efektif menurunkan tensi agresivitas. Pendekatan ini memvalidasi teori Ulmer, Sellnow, dan Seeger (2014) bahwa dialog terbuka dan kemampuan mendengar (*listening*) adalah fondasi utama dalam membangun kembali ketahanan organisasi pasca-krisis.

D. Penerapan Strategi Tindakan Perbaikan (*Corrective Action*) Melalui Transformasi Keamanan Sistemik Strategi yang paling signifikan dalam memulihkan kepercayaan publik adalah *Corrective Action*. Manajemen tidak sekadar berjanji, tetapi melakukan transformasi nyata (*tangible action*) pada sistem keamanan. Profil petugas *steward* diubah dari pendekatan represif menjadi humanis (*hospitality-oriented*), didukung dengan penerapan teknologi penyaringan tiket berbasis data rekam jejak. Langkah ini membuktikan bahwa Persib bertindak sebagai organisasi pembelajar (*learning organization*) yang adaptif terhadap kritik.

Perubahan nyata pengalaman aman di stadion ini berhasil mengubah *framing* media menjadi positif. Hal ini sejalan dengan pandangan Dowling (1993) bahwa citra terbentuk dari akumulasi pengalaman langsung. Keberhasilan Persib menciptakan kondisi pertandingan tanpa insiden pasca-krisis menjadi indikator kinerja yang memvalidasi efektivitas perbaikan sistemik tersebut, sekaligus memulihkan rasa aman bagi seluruh pemangku kepentingan.

E. Penerapan Strategi Pernyataan Penyesalan (*Mortification*) Melalui Kepemimpinan Etis Puncak dari strategi pemulihan citra adalah penerapan *Mortification* melalui permintaan maaf bertingkat (*tiered apology*). Persib melakukan permintaan maaf secara legal (perjanjian damai), formal (konferensi pers), dan kultural (mediasi tatap muka). Kehadiran langsung Komisaris dan Direksi klub untuk menyampaikan penyesalan menunjukkan penerapan *Ethical Leadership*, di mana pimpinan tertinggi mengambil tanggung jawab penuh (*owning the mistake*).

Langkah ini menciptakan fenomena paradoks akuntabilitas, di mana pengakuan kesalahan secara terbuka dan tulus justru meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik. Temuan ini menegaskan bahwa dalam industri olahraga yang sarat emosi, integritas moral pimpinan untuk mengakui kesalahan menjadi faktor kunci rekonsiliasi. Strategi ini berhasil menutup siklus krisis dengan mengubah posisi Persib dari pihak tertuduh menjadi entitas yang berintegritas dan bermartabat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai strategi pemulihan citra Persib Bandung pasca-insiden dengan suporter pada pertandingan *AFC Champions League Two*, dapat disimpulkan bahwa manajemen menjalankan lima tahapan strategi pemulihan citra yang saling terintegrasi. Tahapan pertama, strategi resistansi (*Denial*) dijalankan melalui penolakan tegas berbasis bukti digital (*evidence-based*) dengan memanfaatkan media internal sebagai saluran informasi tunggal. Kedua, strategi pengelakan tanggung jawab (*Evasion of Responsibility*) dilakukan dengan membangun narasi spontanitas yang terlegitimasi untuk menggeser persepsi krisis menjadi kecelakaan teknis, sekaligus melokalisasi isu pada oknum provokator. Ketiga, upaya peredaman sentimen negatif (*Reducing Offensiveness*) ditempuh dengan mengaktivasi aset prestasi "*Back-to-Back Champion*" sebagai perisai reputasi yang dikombinasikan dengan pendekatan dialog terbuka. Keempat, pemulihan kepercayaan diperkuat oleh tindakan perbaikan sistemik (*Corrective Action*) melalui transformasi petugas keamanan yang lebih humanis dan penerapan teknologi tiket berbasis data. Terakhir, strategi pernyataan penyesalan (*Mortification*) menjadi puncak pemulihan melalui permintaan maaf bertingkat dan kehadiran langsung pimpinan tertinggi yang menciptakan paradoks akuntabilitas, di mana pengakuan kesalahan justru meningkatkan kepercayaan publik.

Secara keseluruhan, taktik pemulihan citra ini berhasil karena memadukan ketegasan data forensik dengan sentuhan budaya lokal (islah). Strategi ini memulihkan kepercayaan bukan sekadar dengan retorika, melainkan dengan pembuktian visual yang valid dan perubahan perilaku organisasi yang nyata. Namun, pelaksanaannya terlihat masih sangat bergantung pada inisiatif figur pimpinan (*person-based*) dan intuisi manajemen saat krisis terjadi, sehingga belum sepenuhnya terlembagakan dalam sebuah sistem manajemen krisis yang baku.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diperoleh, peneliti mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun perbaikan operasional, sebagai berikut:

a. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif eksplanatif guna mengukur tingkat efektivitas strategi pemulihan citra secara statistik, khususnya memfokuskan kajian pada pengukuran variabel kepercayaan (*trust*) dan reputasi pasca-krisis melalui survei kepada populasi Bobotoh.

Penelitian selanjutnya disarankan melakukan studi komparatif antara strategi penanganan krisis Persib Bandung dengan klub sepak bola lain di Indonesia yang menghadapi kasus serupa namun dengan hasil berbeda, guna mengidentifikasi variabel determinan keberhasilan manajemen krisis dalam ekosistem sepak bola nasional.

b. Saran Praktis

PT Persib Bandung Bermartabat disarankan untuk melakukan kodifikasi prosedur penanganan krisis ke dalam dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baku, mencakup protokol penundaan respons (*silence procedure*) dan verifikasi data, agar penanganan krisis tidak bergantung pada intuisi personal. Selain itu, manajemen disarankan mewajibkan standardisasi sertifikasi pelayanan (*hospitality*) bagi vendor keamanan (*steward*) untuk menjamin konsistensi perilaku humanis di lapangan.

Divisi media dan keamanan disarankan untuk berinvestasi pada sistem pengarsipan digital terpusat (*cloud storage*) yang khusus didedikasikan untuk bukti rekaman operasional pertandingan (CCTV dan *Body Cam*) dengan indeksasi data yang baik, guna memastikan kecepatan pengambilan data visual (*retrieval*) apabila dibutuhkan klarifikasi fakta secara mendesak di masa depan.

REFERENSI

Ahmada, A. Z., & Rasyid, E. (2024). Komunikasi Kelompok dalam Resolusi Damai Peristiwa Islah Suporter Mataram Pascatragedi Kanjuruhan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 3(2), 119–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.47431/jkp.v3i2.436>

Ardianto, E. (2018). *Handbook of public relations: pengantar komprehensif*. Simbiosis Rekatama Media.

Balmer, J. M. (2017). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: Seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, 51(9–10), 1479–1500. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EJM-05-2017-0289>

Benoit, W. L. (2015). *Accounts, excuses, and apologies: Image repair theory and research* (2nd ed.). State University of New York Press.

Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2018). *Communication and sport: Surveying the field* (3rd ed.). Sage Publications.

Coombs, W. T. (2012). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (3rd ed.) (3rd ed.). SAGE Publications.

Cornelissen, J. P. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Elviani, M., & Karina, N. N. (2020). Strategi Komunikasi Humas dalam Memperbaiki Citra Kementerian Pemuda dan Olahraga. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, 1(1), 38–43.

Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (5 (ed.)). Routledge.

Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148–152.

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (5th ed.). Sage Publications.

García, C. (2021). Real Madrid and public relations: applying the circuit of culture to organizational values. *Soccer &*

- Society, 22(5), 442–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1824909>
- Guest, G., Namey, E. E., & Mitchell, M. L. (2014). *Collecting and analyzing qualitative data*. Sage Publications.
- Khamaria, D. (2019). Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Riau : UIN SUSKA RIAU.
- Koa, M. (2022). Image repair strategies in public relations crisis: A case study of real Madrid's response strategies to the Bernabeu leaked audio scandal. *Revista Română de Comunicare Și Relații Publice*, 24(3), 25–43.
- L'etang, J., McDonald, A., & Hopwood, M. (2014). *Sports public relations: Managing stakeholder communication*. Routledge.
- Manoli, A. E. (2016). Crisis-Communications Management in Football Clubs in International Journal of Sport. *International Journal of Sport Communication*, 9(3), 340–363. <https://doi.org/https://doi.org/10.1123/ijsc.2016-0062>
- McQuail, D. (2019). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. ., Huberman, A. ., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis*. SAGE.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja.
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Trustworthiness in qualitative research: A methodological analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 14(2), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14780887.2016.1237432>
- Prastya, N. M. (2018). Analisis Framing terhadap Pernyataan Resmi Kemenpora RI dan PSSI dalam Kasus Sanksi FIFA terhadap Indonesia. *Komunikator*, 10(1), 10–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jkm.101002>
- Prastya, N. M., Prayoga, R. G., & Ilhami, A. T. (2018). Kebijakan Redaksional Media Olahraga dalam Meliput Krisis Sepakbola Indonesia Tahun 2015-2016. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(1), 110–120.
- Puspitasari, T. H., & Purworini, D. (2024). PSSI crisis response strategy: Analysis of Kanjuruhan tragedy news on media Detik.com. *Al-Munzir*, 17(1), 43–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.31332/am.v17i2.8865>
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Shihab, M. Q. (2020). *Digital public relations: Strategi membangun dan mempertahankan reputasi di era digital*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact (2nd ed.)*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2018). *Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity (2nd ed.) (2nd Editio)*. SAGE Publications.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Winskowski, P. (2022). Managing for stakeholders in football: conflicts arising from the goals and behaviour of active Fans. *Soccer & Society*, 23(8), 1143–1159. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2042267>
- Wulandari, M. P., Bahesa, S. B. P., Wachid, I. B., Sharipudin, M.-N. S., & Dahlia, S. (2025). Timing and initial crisis

response strategy in Kanjuruhan ' s crisis and its impacts on public trust. Search Journal of Media and Communication Research, 17(5), 51–67. <https://doi.org/10.58946/search-Special>

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Sage Publications.

