

Citra LeBron James Pada Tahun 2010 - 2016

Alfredo Kurniawan, Titi Nur Vidyarani, & Astri Yogatama, Prodi Ilmu Komunikasi,
Universitas Kristen Petra Surabaya

M51415036@john.petra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra yang dimiliki LeBron James sebagai *sports celebrity* pada tahun 2010 sampai dengan 2016. Pemberitaan media dapat mempengaruhi terbentuknya sebuah citra melekat dalam diri seorang tokoh yang selebriti yang ada.

Dalam proses berkembangnya citra yang ada juga diiringi dengan berkembangnya krisis citra yang secara sejajar perkembangannya, maka dari itu untuk mengidentifikasi dengan menggunakan beberapa indikator krisis citra, antara lain : *Trustworthiness, Charisma and Charm, Power, dan Uniqueness*. Dalam krisis citra yang ada akan muncul sebuah teknik dan strategi untuk mengatasinya dengan cara – cara atau strategi dalam merestorasi citra tersebut.

Kata Kunci: *LeBron James, Citra, Restorasi Citra*

Pendahuluan

LeBron James merupakan salah satu atlet basket internasional yang sudah terkenal dan sudah banyak dikenal oleh banyak orang di ranah internasional. (nba.com.stats, 2019) LeBron mengawali karir nya di cabang olahraga basket pada tingkat sekolah menengah atas SMA St. Vincent-St. Mary dan pada awal karir nya tersebut pada tahun 2000 seorang komentator olahraga Dick Vitale sudah memberikan predikat bahwa LeBron merupakan salah satu dari lima besar pemain muda terbaik di negara tersebut. Seperti yang telah dilansir oleh ESPN bahwa LeBron James merupakan pemain muda terbaik di Amerika pada tahun tersebut. (Bilas Jay.espn.com,2014).

Menurut Benoit (Blaney, Benoit dan Brazeal, 2002) : komunikasi, yaitu aktivitas yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (*a goal-oriented activity*) dan tujuan pokok komunikasi, yaitu memelihara citra positif dan reputasi positif. Citra dalam kehidupan sebagai *sport-celeb* ini harus dilakukan dan akan terus dilakukan, karena kehidupan sebagai *sport-celeb* pun tidak bisa terlepas dari namanya krisis citra atau *crisis image* dan sebagai tokoh yang memiliki kewajiban untuk memiliki gambaran yang baik di depan khalayak maka tokoh yang ada harus melakukan pembentukan citra yang ada. jika dihubungkan dengan fenomena yang ada maka LeBron James sebagai tokoh *sport-celeb* yang ada juga harus bisa menampilkan gambaran sebuah citra untuk tetap mempertahankan citra

nya agar tetap baik dan tetap dipandang baik bagi publik dan juga bagi khalayak yang ada. Dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan penelitian pada tahun 2010 sampai dengan 2016, ini dikarenakan bahwa pada tahun 2010 sebagai awal mula dari kasus berpindahnya LeBron James dari Cleveland Cavaliers ke pesisir Florida yaitu Miami dan bergabung secara resmi dengan Miami Heat. Dalam peristiwa ini diliput dan disiarkan secara langsung oleh pihak media besar olahraga yaitu *ESPN Network Sports* lewat siaran program televisi yang berjudul “*The Decision* “. Menurut Harlow (1976), *Public Relations* adalah sebuah fungsi manajemen khusus yang membantu menciptakan dan memelihara hubungan komunikasi timbal balik, pemahaman dan penerimaan serta kerjasama antara sebuah organisasi dengan publiknya; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk tetap mendapatkan informasi dan responsif atas opini publik; menentukan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen terus mengikuti dan memanfaatkan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi kecenderungan (tren); dan menggunakan riset dan suara dan komunikasi etis sebagai *tools* utama. (Stromback dan Kioussis 2011, p3).

Dalam *sport public relations*, sebuah *public relations* dapat didefinisikan secara terbatas sebagai fungsi organisasi yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas hubungan dan reputasi organisasi olahraga di mana efektivitas didefinisikan sebagai kepentingan organisasi dan kepentingan klien. Jika dihubungkan dengan kepentingan klien, tidak jauh dengan hal yang berhubungan dengan adanya sebuah reputasi yang dibangun atau dipertahankan yang dimiliki oleh klien. Reputasi yang ada sifatnya dinamis, maka dari itu *public relations* sering menampilkan fungsinya sebagai yang akan bertanggung jawab atas reputasi yang ada dalam organisasi tersebut. (Eisenegger, 2005: 1; Fombrun and van Riel, 2003: 225-30).

Menurut Louis Gottschalk, metode historis adalah proses menguji dan menganalisis secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau (Gottschalk, 1975 : 32). Sejarah merupakan bentuk dan proses dari kumpulan peristiwa – peristiwa yang ada pada manusia yang telah menjadi peristiwa masa lampau. Penulisan sejarah memerlukan kajian pustaka maupun kajian teori untuk memperkuat makna peristiwa - peristiwa masa lampau dan mendekati suatu peristiwa yang terjadi sebelumnya dalam berbagai aspek kehidupan. Untuk sesuatu yang bisa di katakan sejarah adalah jika sebuah peristiwa yang ada berdampak pada kehidupan manusia di masa tersebut dan juga bagi masa yang akan mendatang. Sedangkan menurut Nugroho Notosusanto yang dimaksud dengan metode historis adalah sekumpulan prinsip dan aturan yang sistematis dimaksudkan untuk memberikan bantuan secara efektif dalam mengumpulkan bahan – bahan sejarah, menilai secara kritis dan kemudian menyajikan suatu sintesa dari hasil – hasilnya, biasanya dalam bentuk tertulis (Notosusanto, 1984 : 10).

Tinjauan Pustaka

Sport Public Relations

Sport Communication dan *public relations* saling berhubungan dan saling terkait satu dengan yang lain. Menurut Harlow (1976), *public relations* adalah fungsi manajemen khusus yang membantu menciptakan dan memelihara hubungan komunikasi timbal balik, pemahaman, dan kerjasama antar sebuah organisasi dengan publiknya; melibatkan manajemen untuk tetap mendapatkan informasi dan responsif atas opini publik; menentukan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi kecenderungan (tren); dan menggunakan riset dan suara dan komunikasi etis sebagai tools utama (Stromback dan Kioussis, 2011, p.3). Menurut Rachmat Kriyantono (2017) pada sebuah manajemen pun seharusnya bisa memetakan dan mengidentifikasi publiknya dan mengkategorikan publik yang ada berdasarkan pola komunikasi, pola perilaku dan juga efek komunikasi yang ada setelah publik bahkan individu tersebut menerima sebuah pesan komunikasi. Ini sesuai dengan Teori *Situational of the Publics (STP)*, James E. Grunig dan Todd Hunt juga mengatakan dalam bukunya *Managing Public Relations*, bahwa teori ini mendeskripsikan sikap dan perilaku komunikasi dari publik terhadap organisasi bahkan sebaliknya, teori ini bertujuan dan berguna untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan publik bedasarkan persepsi, sikap, dan perilaku publiknya.

Sports-Celeb

Sport Celebrity merupakan atlet-atlet terkenal yang menjadi tokoh nasional. Seorang sport celebrity adalah sebuah produk kebudayaan komersil yang berusaha merangsang keinginan dan identifikasi di kalangan masyarakat konsumen (Andrews, 2001, p. 5-7). Dalam pengkonsumsian sebuah media tren yang ada dalam hal tersebut mencerminkan bagaimana minat yang ada dan menimbulkan rasa yang tidak akan pernah terpuaskan dalam peliputan yang tentang seorang atlet profesional. Dalam praktiknya hubungan yang sudah ada mewakili perusahaan media, atlet profesional, para penggemar, bahkan juga *public relations*, dan dalam berjalannya hubungan tersebut juga merupakan bagian dari sebuah aktifitas dari *public relations* itu sendiri.

Citra dan Olahraga

Citra pada dasarnya juga merupakan sebuah hal yang sangat berpengaruh bagi penggambaran dari sebuah perusahaan atau sebuah institusi yang ada, dan juga dari sebuah citra yang ada pun juga memiliki dampak yang besar baik dari segi finansial ataupun segi moral, tidak nyak memiliki dampak yang baik tetapi sebuah citra yang ada dan terbentuk pun juga memiliki pengaruh buruk bagi perusahaan atau institusi yang ada dan dapat menghasilkan sebuah kerugian bagi korporasi. Pada dasarnya sebuah citra dibangun maupun di perbaiki adalah dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi institusi atau pihak korporasi. Terciptanya citra yang baik di khalayak atau publik dapat memberikan keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan dan reputasi yang ada pun akan semakin meningkat (Pareno, 2002, p.196). Dalam dunia *sport-celeb* pun juga citra yang dimiliki juga

akan menentukan bagaimana sosok tokoh tersebut di pandang oleh publik atau khalayak, jika seorang *sport-celeb* tersebut mencerminkan dan menunjukkan sebuah image yang buruk maka karir tokoh tersebut akan menurun dan bahkan tidak diinginkan kembali oleh khalayak dan publik yang ada, dalam fenomena LeBron James ini pada tahun 2010 sampai dengan 2016.

Jenis Citra

Ada 5 jenis citra yang sering diperbincangkan di dalam dunia akademis, yaitu : Citra Bayangan (*Mirror Image*), Citra yang Berlaku (*Current Image*), Citra yang Diharapkan (*Wish Image*), Citra Majemuk, Citra yang baik dan buruk (*Good and Bad Image*)

Isu Sebagai Pemicu Terbentuknya Krisis

Isu terjadi ketika sebuah masalah menjadi terfokus pada satu pertanyaan khusus yang bisa mengarahkan pada pertikaian dan beberapa jenis resolusi. Pengertian Isu adalah suatu pertanyaan tentang fakta, nilai, atau kebijakan yang dapat di perdebatkan. Jadi sebenarnya dari pengertiannya isu mengacu kepada adanya adanya suatu bibit permasalahan yang kemudian menyebabkan timbulnya perdebatan.

Krisis Citra

Kata krisis berasal dari bahasa Yunani “krisis”, yang berarti “keputusan”. Ketika krisis terjadi, perusahaan harus memutuskan apa yang harus dilakukan. Bergerak ke kiri, atau bergeser ke kanan, ke bawah atau ke atas, bertarung atau melarikan diri. Dalam bahasa Cina, krisis diucapkan dengan “wei-ji” dan mempunyai dua arti, yaitu “bahaya” dan “peluang“, *Two side in the same coin* Krisis Public Relations adalah peristiwa, rumor, atau informasi yang membawa pengaruh buruk terhadap reputasi, citra dan kredibilitas perusahaan. (Nova, 2009: 54).

Krisis Citra dalam Konteks Sport Celebrity

Beberapa konsep yang dibahas dalam pembentukan citra dan krisisnya sebagai berikut (Belch&Belch,1998) : *Trustworthiness* (Kepercayaan) *Charisma and Charm* (sebuah karisma dan daya tarik) *Power* (kekuasaan) *Uniqueness* (Keunikan)

Teori Restorasi Citra

Teori *Image Restoration* (TIR) dapat diterapkan dalam konteks individu dan kelompok atau organisasi, yaitu membahas respon individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam. William Benoit, yang dikenal sebagai penggagas perusahaan, pemerintahan, tokoh agama, selebritis, tokoh politik, atlet dan produk (Benoit, 2005; Robert, 2006).

Teori ini menawarkan lima penggambaran (tipologi) komunikasi merestorasi citra yang dibangun berdasarkan pendekatan retrorika (Benoit, 2005; Banley, dkk., 2002), yaitu : Teknik Menyangkal (*Denial*), Teknik Menghindari Tanggung Jawab (*evasion of responsibility*), Stretegi Mengurangi Serangan (*reducing the offensiveness*), Tindakan Korektif (*corrective action*) Menanggung Akibat Krisis (*mortification*).

Olahraga dalam Konteks Budaya Barat

Pada dasarnya sebuah kota atau negara bagian yang ada dalam budaya barat merupakan gambaran dan sekaligus sebuah identitas bagi seorang yang tinggal dan yang bersal dari kota atau negara bagian tersebut. Identitas yang melekat tersebut juga merupakan sebuah hal dapat dibanggakan, ini juga melekat pada seorang *sports-celeb* dan juga identitas yang melekat. Definisi olahraga menurut Jay J. Coakley (1978:12) menyatakan bahwa aktivitas kompetitif dilembagakan yang melibatkan kuat pada partisipasi yang dimotivasi oleh kombinasi dari kepuasan intrinsik yang terkait dengan diri aktivitas dan imbalan eksternal yang diperoleh melalui sebuah partisipasi.”

Atlet

Menurut Rusdianto (dalam Saputro, 2014) atlet adalah Individu yang memiliki keunikan dan memiliki bakat tersendiri lalu memiliki pola perilaku dan juga keperibadian tersendiri serta memiliki latar belakang kehidupan yang mempengaruhi secara spesifik pada dirinya.

Fandom dan Komunitas

Characterization of fandom as pathology is based in, supports, and justifies elitist and disrespectful beliefs about our common life (Jenson 1992: 10). Ini dimaksudkan bahwa sebuah *fandom* itu terbentuk dari sebuah keterikatan dan kesamaan antara satu komunitas penggemar yang ada dengan penggemar lain yang ada dengan latar belakang sosok idola yang sama, ini juga tidak hanya terbentuk dari kesamaan idola yang ada tetapi para penggemar lain yang ada dengan berbeda idola yang ada juga dapat membentuk sebuah *fandom* yang ada.

Sponsorship

Menurut Ian Lawrence (2018) pada awal mula dari sebuah pemberian sponsor adalah sebuah bagian dari tindakan sosial dari sebuah perusahaan atau tindakan dari sebuah pemilik perusahaan untuk melakukan bakti sosial. Pada perkembangannya untuk para atlet yang ada maka akan menghasilkan sebuah istilah ‘*ambassador*’.

Konteks Budaya Barat tentang Sports-Celeb

Menurut Abdullah Faruq dan Hamid Ghasemi (2018) dalam jurnal berjudul *The Role of Culture in Sports Sponsorship*, seorang atlet dapat dikatakan sebagai *sports-celeb* jika mereka sudah mendapatkan sebuah *endorsement* atau menjadi *ambassador* bagi sebuah perusahaan tertentu dan menjadi representatif dari perusahaan tersebut.

Historiografi

Menurut Louis Gottschalk, metode historis adalah proses menguji dan menganalisis secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau (Louis Gottschalk, 1975 : 32). Sedangkan menurut Nugroho Notosusanto yang dimaksud dengan metode historis adalah sekumpulan prinsip dan aturan yang sistematis dimaksudkan untuk memberikan bantuan secara efektif dalam mengumpulkan bahan – bahan sejarah, menilai secara kritis dan kemudian menyajikan suatu sintesa dari hasil – hasilnya, biasanya dalam bentuk tertulis (Notosusanto, 1984 : 10). Berdasarkan langkah-langkah historis di atas maka

langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian adalah : Heuristik, Kritik, Interpretasi, Historiografi.

Studi Sejarah dalam Kajian Ilmu Komunikasi

Penelitian sejarah yang pertama kali muncul disebut sebagai *narrative history* dan dicetuskan oleh Leopold van Ranke. Subjek penelitian dari penelitian ini adalah bentuk restorasi citra yang dilakukan oleh LeBron James mulai pada tahun 2010 hingga pada tahun 2016. Dalam ulasan Berger (p.159,2011) tentang sejarah media, dalam perkembangannya, G.Phifer (1961) dalam artikel “ The Historical Approach” mengembangkan bentuk penelitian atau studi sejarah menjadi sebagai berikut : *Biographical studies, Movement* atau *idea studies, Regional studies, Institutional studies, Case studies, Selected studies, Editorial studies.*

Nisbah Antar Konsep

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana bentuk hasil dari dinamika penggambaran citra dari seorang LeBron James dalam menangani krisis citra yang dialaminya dengan menggunakan Teori historis yang dikaitkan dengan teori restorasi citra kemudian dihubungkan dengan dinamika citra yang pernah dialami pada tahun 2010 sampai dengan 2016.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan definisi konseptual, yaitu citra. Citra merupakan sebuah hal yang melekat dalam diri seseorang dan terbentuk melalui persepsi yang terbentuk dalam benak publik. (Pareno, 2002, p.196). Metode dalam penelitian ini adalah metode historiografis. Pada penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif eksploratif, dan dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder karena hanya menggunakan hasil – hasil dari pemberitaan media yang bersangkutan dengan citra LeBron James mulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2016. Konsep dalam penelitian ini menggunakan konsep dasar citra yang merupakan objek dari penelitian ini, sedangkan untuk analisis dari data yang ada menggunakan metode analisis historis.

Subjek Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah jejak riwayat karir (jurnal dan media) dari seorang *sport-celeb* yaitu LeBron James pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2016. Riwayat karir yang ada tersebut meliputi riwayat karir dari seorang LeBron James sebagai atlet dan juga sebagai selebriti yang berada di luar lapangan mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2016. Subjek dari penelitian ini adalah pemberitaan dari berbagai media yang bersangkutan dengan objek penelitian ini yaitu citra LeBron James.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data historis. Berdasarkan langkah - langkah historis maka langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian adalah (Notosusanto, 1984.p10) : Heuristik (mengumpulkan fakta, data dan jejak-

jejak penelitian dari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah dan objek penelitian yang sedang dilakukan), Kritik (memberikan komentar terhadap data yang diperoleh), Interpretasi (memberikan tafsiran – tafsiran terhadap data yang diperoleh), Historiografis (menuliskan sebuah sintesa akhir dari penelitian)

Temuan Data

Awal Karir LeBron James

Tahun 2000 sebagai awal mula nama seorang LeBron James mulai dikenal oleh masyarakat luas, tetapi hanya dalam lingkup daerah Amerika, karena LeBron James pada saat itu adalah seorang anak SMA atau sekolah menengah atas namun memiliki keahlian diatas rata – rata, berupa persentase total poin, *assist*, *rebound* dan hitungan riwayat status sebagai pemain sudah masuk kedalam tingkat professional, dan dirinya sudah masuk dalam pemberitaan media dan berada disampul majalah.



Gambar 1. LeBron James menjadi cover majalah *Sport Illustrated* pada tahun 2002. Sumber : www.si.com.

Potret LeBron James Tahun 2010 di Media Massa

Pada tahun 2010, LeBron James diisukan hendak berpindah dan meninggalkan tim Cleveland Cavaliers ke daerah *South Beach* yaitu tim Miami Heat. *ESPN Network Sport* mewawancarai LeBron James dan kemudian liputan tersebut dikenal dengan judul “*The Decision : LeBron James*”. Respon kekecewaan yang ada ditunjukkan oleh beberapa penggemar dan juga oleh beberapa masyarakat Cleveland, yaitu dengan melakukan : 1) pembakaran seragam tim dengan nama LeBron James dan di unggah di jejaring internet, 2) melakukan tindakan penolakan di sekitar gedung lapangan antara lain dengan melakukan memasukan gambar poster LeBron James kedalam tempat sampah bar, 3) juga menyobek dan menurunkan “*banner*” atau poster besar yang menggambarkan LeBron James yang menempel di dinding gedung stadion milik Cleveland, dan 4) pemberitaan oleh surat kabar milik Cleveland dimana halaman pertama surat kabar dengan foto diri LeBron James dengan disertai tulisan “*Gone*”.



Gambar 2. Contoh bentuk respon buruk dari penggemar setelah LeBron James mengumumkan pindah ke Miami Heat. Sumber : www.cleveland.com

Potret LeBron James Tahun 2011 di Media Massa

Pada tahun 2011 LeBron James dianggap seperti seorang pengkhianat dan pendosa oleh para penggemar dan juga masyarakat Cleveland karena meninggalkan Cleveland Cavaliers tanpa sebab yang jelas. Pada kasus fenomena ini LeBron James masih mendapatkan respon buruk yang berasal dari masyarakat Cleveland sendiri dan ditunjukkan secara langsung kepada LeBron James pada saat Miami Heat bertandang ke Cleveland Cavaliers.



Gambar 3. Bentuk respon penggemar dan sekaligus masyarakat dari Cleveland terhadap LeBron pada laga Miami Heat melawan Cleveland Cavaliers. Sumber : www.nba.com

Potret LeBron James Tahun 2012 di Media Massa

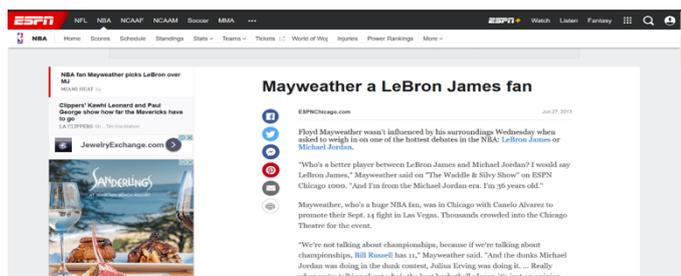
Pada tahun 2012, setelah mendapatkan gelar juara yang pertama, LeBron James didepan para penggemar dan masyarakat Miami sekaligus disiarkan secara langsung secara internasional oleh ESPN mengatakan *"It's about damn time," the MVP answered, smiling as the crowd roared. "It's about damn time."*

"I mean, uh ... this right here is the happiest day of my life," James said, the crowd again rising to meet him. "And I wouldn't want to spend it with nobody else in the world besides my teammates, these fans — oh, my God, you guys are unbelievable — and this is a dream come true."

Gambar 5. Pernyataan LeBron James setelah mendapatkan gelar juara dan MVP final. Sumber : www.ESPN.com

Potret LeBron James Tahun 2013 di Media Massa

LeBron James memulai kembali musim pertandingan NBA 2013 dan memulai awal musim baru dengan sebuah respon dari seorang *sports-celeb* lain seorang petinju dunia yaitu Floyd Mayweather bahwa dirinya adalah *fans* dan penggemar dari LeBron James. Dalam pernyataan tersebut Floyd Mayweather membandingkan LeBron James dengan pemain legendaris NBA yaitu Michael Jordan.



Gambar 6. Pernyataan Floyd Mayweather bahwa dirinya adalah penggemar LeBron James. Sumber : www.ESPN.com

Setelah LeBron James memenangkan gelar juara NBA kedua pada tahun 2013, LeBron James melontarkan pernyataannya setelah dirinya mendapatkan gelar juara dan gelar sebagai MVP (*Most Valuable Player*) *Final* 2013.

"Listen, I can't worry about what everybody says about me," James said, as confetti fell around him. "I'm LeBron James, from Akron, Ohio, from the inner city. I'm not even supposed to be here. That's enough. Every night I walk into the locker room, I see a No. 6 with James on the back. I'm blessed. So what everybody says about me off the court, don't matter. I ain't got no worries."

Gambar 7. Pernyataan LeBron James setelah dirinya mendapatkan gelar juara pada tahun 2013. Sumber : www.espn.com

Potret LeBron James Tahun 2014 di Media Massa

Kepergian LeBron James kembali ke Cleveland dan bergabung kembali dengan Cleveland Cavaliers ini menimbulkan banyak respon dari penggemar dan juga masyarakat yang ada khususnya bagi masyarakat Miami dan juga penggemar dari Miami Heat.



Gambar 8. Respon dari masyarakat dan penggemar atas keputusan LeBron James kembali ke Cleveland Cavaliers. Sumber : www.bleacherreport.com

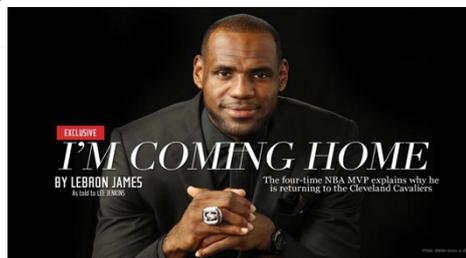
Potret LeBron James Tahun 2015 di Media Massa

Respon dari dari masyarakat dan juga penggemar dari Cleveland sangat terlihat gembira dan senang melihat seorang tokoh dan juga sosok pahlawan dari kota tersebut pulang dan kembali bersama tim dari Cleveland yaitu Cleveland Cavaliers.

The Return – LeBron James To SI: "I'm Coming Home"

By DARYL RUITER, 92.3 The Fan

By Cheryl Butler - 92.3 The Fan July 11, 2014 at 12:01 am #lebronjames Cleveland Cavaliers, Don Olden, LeBron James, Miami Heat, NBA



Gambar 9. Pernyataan dan juga unggahan LeBron James tentang kembalinya LeBron ke Cleveland. Sumber : www.cleveland.com

Potret LeBron James Tahun 2016 di Media Massa



Gambar 10. Reaksi dan respon dari masyarakat Cleveland pada perayaan kemenangan di pusat kota Cleveland bersama tim Cleveland Cavaliers. Sumber : www.nytimes.com

Analisis dan Interpretasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis dan interpretasi data yang di sesuaikan dengan kajian teori maupun penelitian lain yang berkaitan dengan konsep citra pada *Sport Celebrity*. Pada penelitian ini terdapat beberapa konsep yang ditemukan pada temuan data yaitu : *Trustworthiness*, *Charisma and Charm*, *Power*, dan *Uniqueness*; dari temuan tersebut, peneliti akan menganalisis citra dari LeBron James sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2016.

Trustworthiness

Trustworthiness ini dapat disimpulkan secara sederhana memiliki sebuah peran penting dalam pembentukan sebuah citra yang dimiliki seorang tokoh selebriti termasuk *sports celebrity*, karena dengan sebuah kepercayaan terbentuk dan melekat dalam diri seorang tokoh atau sosok maka perspektif atau gambaran publik akan tokoh tersebut akan juga berubah sesuai yang diterima oleh publik tersebut.

Charisma and Charm

Pada fenomena LeBron James yang bersangkutan dengan karakter dan sifat dirinya ini menimbulkan sebuah *paradox* dibenak masyarakat, ini bisa dilihat dari sifat LeBron James yang arogan dan juga ambisus dan juga memiliki jiwa kepemimpinan yang besar pada saat dirinya didalam lapangan sebagai atlet.

Power

Pada indikator *power* ini peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan bahwa sebuah *sports-celeb* juga memiliki sebuah *power* atau kekuatas dan juga kekuasaan terhadap semua hal yang ada disekeliling nya dan juga dengan melakukan semua itu dapat juga mempengaruhi citra yang melekat pada diri dari *sports-celeb* tersebut.

Uniqueness

Sebuah keunikan yang dimiliki seorang *sports celebrity* menjadikan tokoh tersebut memiliki salah satu ciri khas yang melekat dalam dirinya dan dalam proses pembentukan citra, sebuah ciri khas atau keunikan yang dimiliki

membantu terbentuknya citra dan gambaran diri dari seorang tokoh di benak persepsi masyarakat yang ada.

Simpulan

Pada akhir dari citra LeBron James maka citra dirinya dihadapan publiknya, bahwa LeBron James memiliki citra baik dan positif di hadapan dua publik besar Cleveland dan Maimi yang pernah menjadi faktor terjadinya krisis citra pada diri LeBron James. Dimasa yang akan datang dalam penelitian ini dapat dilanjutkan menjadi lebih spesifik dan dengan tahun batasan penelitian dilanjutkan di tahun – tahun setelahnya dengan objek penelitian yang sama, selain dari pada itu penelitian ini juga dapat dilanjutkan untuk meneliti pada objek unit analisis yang berbeda namun pada topik yang sama.

Daftar Referensi

- Andrews, L. D. (2001). *Sport Stars : The Cultural Politics of Sporting Celebrity*. London: Routledge.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Brown, G., & Yule, G. (2012). *Discourse analysis*. New York: Cambridge University Press.
- Brown, K. A., Dickhaus, J., & Long, M. C. (2012). LeBron James and “The Decision”: An Empirical Examination of Image Repair in Sports. *Journal of Sports Media*, 7(1), 149–175. doi: 10.1353/jsm.2012.0010
- Badenhausen, K. (2018, June 4). The World's Highest-Paid Athletes 2017: Behind The Numbers. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2017/06/07/the-worlds-highest-paid-athletes-2017-behind-the-numbers/>.
- Cleveland.com/LeBron James, July 2010: Fans react to his decision to leave the Cavs (slideshow) 2019/07/10/100719
- Daymon, C. (2005). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. doi: 10.4324/9780203996409
- Daniels, T. (2017, September 29). Twitter Reacts as LeBron James Announces Return to Cleveland Cavaliers. Retrieved from <https://bleacherreport.com/articles/2126698-twitter-reacts-as-lebron-james-announces-return-to-cleveland-cavaliers>.
- Editor. (2010, July 8). LeBron James Announces Decision to Join Miami Heat on ESPN. Retrieved from <https://espnpressroom.com/us/press-releases/2010/07/lebron-james-the-decision/>.
- Favorito, Joseph. *Sports Publicity*. Taylor and Francis, 2012.
- Fobes, J. (2014, July 9). LeBron James, July 2010: Fans react to his decision to leave the Cavs (slideshow). Retrieved from https://www.cleveland.com/cavs/2014/07/lebron_james_july_2010_fans_re.html.
- Hendricks, Nicole Renee. (2015). "How Sports Celebrities Handle Crisis: The Analysis of Social, Traditional and Controlled Media".
- Hadi, Bondan tri. (2017). Survei Perilaku Media Sosial One True Pairing Shipper Dalam Fandom Kpop. *Survei Perilaku Media Sosial One True Pairing Shipper Dalam Fandom Kpop*. Retrieved from <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Jacquie, L'Etang. (2008). *Public Relations Concepts, Practice and Critique*. UK: SAGE Publications Ltd.
- Jacquie, L'Etang. (2013). *Sports Public Relations*. UK: SAGE Publications Ltd.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Prenada Media Kencana.

- Kriyantono, Rachmat. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kahle, Lynn R. (2006). *Creating Images and the Psychology of Marketing Communication*. Erlbaum,
- LeBron: I'm going back to the Cavs. (2014, July 11). Retrieved from https://www.espn.com/nba/story/_/id/11203027/lebron-james-says-returning-cleveland-cavaliers.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Grasindo,.
- Oliver, S. (2008). *Public relations strategy*. New Delhi: Kogan Page.
- Park, michael K. (2017). Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy. *Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy*, 6
- Ruslan.Rosady.S.H,M.M,. (2006). *Metode penelitian public relations dan komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rumanti, Maria Assumpta. (2005). *Dasar-dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : Grasindo
- Sitepu, Edy Sahputra dan Faulina. (2011). *Profesional Public Relations*. Medan: USU Pers
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2017).
- Stansberry, K., & Strauss, J. (2016). A cavalier approach to public relations: The unconventional image restoration of LeBron James. *Case Studies in Strategic Communication*, 5, article 8. *Communication between cultures*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Tamzini, K., & Ayed, T. L. (2018). *Advances in human resources management and organizational development. Analyzing workplace arrogance and organizational effectiveness: Emerging research*
- The Role of Culture in Sports Sponsorship: an Update . (2018). *The Role of Culture in Sports Sponsorship: an Update* . Retrieved from <http://www.aassjournal.com>; e-ISSN: 2322–4479; p-ISSN: 2476–4981.
- Tudor, D. V. (2018). The Athlete as Hero, Star and Celebrity. *Hollywood's Vision of Team Sports, 3–43*. doi: 10.4324/9781315861128-1
and opportunities. Business Science Reference/IGI
- Wilcox, R. C. (2003). *Sporting dystopias: the making and meaning of urban sport cultures*. Albany: State University of New York Press.
- Wasesa, S. A. (2005). *Strategi public relations*. Jakarta: PT gramedia pustaka.
- Yogatama, A. (2019). Penelitian Sejarah Relasi Publik: Konsep Dan Metodologi. *Scriptura*, 8(1), 1. doi: 10.9744/scriptura.8.1.1-6