

## **SEPAKBOLA SEBAGAI ENTITAS BANGKITNYA POLITIK POPULISME**

Muhammad Musthofa Siregar<sup>1</sup>, Yusa Djuyandi<sup>2</sup>, Muradi<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Magister Ilmu Politik, Universitas Padjajaran, Bandung  
muhammad17407@mail.unpad.ac.id

### *Abstract*

*Indonesian football competitions are always interesting to watch. This is because the match does not only occur on the field, but also occurs outside the field. The match that took place outside the field also involved a number of political figures who used football as capital to gain public support. This research uses descriptive analysis with case studies of a number of figures who use football as a tool to gain political support. This research concludes that football has become a free media in political communication and has become the choice of political actors, which refers to a space where political actors can get exposure without having to pay. The advantage of free media is that exposure for politicians is built on the awareness of a more lively audience, something that is more meaningful than fabricated political advertising.*

**Keywords:** *Political Communication, Populism, Football.*

### *Abstrak*

Kompetisi sepakbola Indonesia memang selalu menarik untuk dilihat. Hal tersebut karena pertandingan tidak hanya terjadi didalam lapangan, namun juga terjadi diluar lapangan. Pertandingan yang terjadi diluar lapangan itupun melibatkan sejumlah tokoh politik yang menjadikan sepakbola sebagai modal untuk meraih dukungan publik. Riset ini menggunakan analisis deskriptif dengan studi kasus sejumlah tokoh yang menjadikan sepakbola sebagai salah satu alat untuk meraup dukungan politik nya. Riset ini menyimpulkan bahwa sepakbola telah menjadi free media dalam komunikasi politik serta menjadi pilihan para aktor politik, dimana merujuk pada space dimana aktor politik bisa memperoleh ekspos tanpa wajib membayar. Keuntungan free media adalah ekspos bagi politisi dibangun atas kesadaran dari khalayak yang keliatan lebih hidup, sesuatu yang lebih bermakna daripada iklan politik yang di rekayasa.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Politik, Populisme, Sepakbola.*

## **I. PENDAHULUAN**

Bicara tentang sepakbola adalah bicara tentang sebuah kebanggaan, identitas, harga diri, atau bahkan di level yang lebih ekstrim menjadikan sepakbola sebagai sebuah komoditas. Setidaknya itu yang akan terlintas bagi mereka yang sudah memaknai sepakbola lebih dari sekedar sebuah permainan. Mungkin sebagian besar orang masih berfikir bahwa permainan ini hanya untuk sekedar bertemu satu sama lain, menjalin silaturahmi, ataupun sekedar hiburan di akhir pekan. Tidak ada yang salah juga dengan anggapan tersebut, karna memang pemaknaan setiap orang akan

sesuatu pasti akan berbeda-beda, tapi satu hal yang harus kita pahami bahwa seiring berjalannya waktu sepakbola telah memiliki perluasan makna ataupun fungsi yang bisa dimaknai secara multi tafsir juga.

Dalam perkembangannya sepakbola bukan lagi sekedar olahraga permainan biasa ataupun prestasi, tetapi sudah menjadi sebuah industri. Kepopuleran sepakbola yang telah mengakar di masyarakat dunia (Rowe, 1995), mempunyai implikasi yang jelas dalam konteks sosio-historisnya, termasuk implikasi politik didalamnya. Sepakbola telah menjadi sebuah identitas dalam

masyarakat, dengan kata lain sepakbola menjadi dengan masyarakat lainnya (Sugden, 1993). Pada tataran dunia internasional sepakbola mampu menjadi sebuah pembeda dengan bangsa lain serta simbol harkat dan martabat bangsanya dengan bangsa lainnya. Terlebih lagi jika dikaitkan dengan pemahaman *post-colonialism*. Child dan Williams berpendapat bahwa *post-colonialism* terjadi ketika adanya kemungkinan untuk terjadinya dialog dan pembahasan terkait permasalahan rasial dan kebudayaan yang berbeda-beda, meski caranya bisa positif atau negatif (Sugden & Tomlison, 2003).

Hal yang digambarkan diatas pun terjadi juga di Indonesia. Ada hal yang menarik ketika pada perkembangannya sepakbola sering kali dibenturkan oleh hal-hal yang berbau politis. Hubungan antara sepakbola dan politik memang unik. Sepakbola dan politik nyatanya berbagi banyak kesamaan. Sepakbola dan politik memiliki jutaan penonton, sepakbola dan politik menghasilkan tribalisme yang ekstrim. Sepakbola dan politik sama-sama memunculkan harapan berbagi, bersenang-senang dalam kemenangan, persaingan dan kekalahan, pertikaian dan perselisihan. Di sepakbola dan politik ada teladan dan tokoh inspiratif yang hebat dan diakui secara internasional, ada pahlawan lokal yang sangat dicintai. Media menunggu cerita sepakbola dan politik atas loyalitas dan persaingan sengit dari para pendukung mereka. Dan di saat-saat tertentu, politik dan sepakbola memiliki kemampuan untuk mempersatukan bangsa. Menciptakan harapan pada saat tragedi dan mendatangkan gembira pada saat datang kemenangan.

Namun perkembangan hubungan antara sepakbola dan politik dalam konteks Indonesia, di beberapa kesempatan, cenderung terkesan hanya dimanfaatkan untuk kepentingan dan golongan tertentu saja. Orang mungkin bisa berargumen level Soekarno, Thamrin, Otto Iskandar Dinata saat mengurus sepakbola berbeda dengan level politisi zaman sekarang. Mereka

menjalankan misi mulia nasionalisme, sementara sekarang hanya mengejar kepentingan-kepentingan jangka pendek demi kekuasaan semata. Argumen seperti itu tak sepenuhnya salah, tapi perlu juga dicatat politik niscaya selalu tentang kekuasaan. Dan di hadapan kekuasaan, semua orang berpotensi sama yaitu punya kecenderungan menyalahgunakan dan koruptif, apapun dan bagaimanapun mulia tujuan awalnya.

Betapa mudahnya sepak bola yang saat ini telah menjadi industri budaya massa paling efektif digunakan untuk menjadi medium menyebar pesan politik dan citra yang mampu menembus batas kelas sosial yang ketat. Siapa yang bisa meragukan popularitas sepakbola sebagai olahraga paling populis di muka bumi? Sepakbola menjadi media yang paling efisien dalam hal ini. Mulai dari hal yang sifatnya ekonomi bahkan politik, oleh karena itu seringkali apapun yang berhubungan dengan sepakbola diperebutan oleh aktor-aktor politik, setidaknya sepakbola bisa menjadi batu locatan dalam menggapai popularitas dan mampu menjadi alat penyedot massa secara singkat.

Salah satu contoh kasus yang mungkin bisa kita cermati disini ialah Mantan ketua Umum PSSI, Edy Rahmayadi, tempo hari menang dalam Pilkada Sumut. Siapa yang mengenal seorang Edy Rahmayadi sebelum ia menjadi Ketua PSSI? Apakah Edy Rahmayadi menggunakan sepakbola sebagai politik populis dalam membangun basis pendukungnya? Atau contoh kasus lainnya adalah bagaimana ketika masa Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 lalu sejumlah pasangan calon menjanjikan pembangunan stadion bertaraf internasional yang akan dibangun di Jakarta, salah satunya adalah pasangan Cagub-Cawagub yaitu Anies Baswedan dan Sandiaga Uno saat itu. Tentu hal tersebut menjadi angin segar bagi publik sepakbola DKI Jakarta yang selama ini telah dahaga sekaligus capai juga terhadap

janji pembangunan stadion yang dilakukan oleh pasangan calon gubernur dari masa ke masa. Hal tersebut pun disambut hangat oleh kelompok suporter di Jakarta yang jumlah massanya cukup besar, loyal, dan militan. Tentu hal tersebut sudah dipikirkan matang-matang oleh sejumlah pasangan calon gubernur tersebut mengenai dampak simpati publik yang akan mereka dapatkan. Selain itu ada pula Ex Manajer Sriwijaya FC, Dodi Reza yang sukses menyulap klub Sriwijaya FC menjadi tim bertabur bintang. Tidak hanya itu, ia pun cukup rajin mengundang pelatih serta pemain untuk berkumpul dan makan bersama ditempatnya. Hal tersebut dilakukannya bersamaan dengan menuju kontestasi Pilkada serentak tahun 2018 lalu. Tentu hal tersebut pun merupakan suatu keputusan yang sudah difikirkan matang mengingat klub tersebut pun memiliki jumlah suporter yang cukup loyal dan militan. Dan klub tersebut pun adalah klub kebanggaan masyarakat Sumatera Selatan. Dampak pemberitaan dari segala performa yang dicapai oleh klub tersebut pun tentu akan berpengaruh juga terhadap tingkat popularitas beliau. Dan tentunya masih banyak lagi contoh-contoh lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang disampaikan di atas maka penulis tertarik untuk membahasnya lebih lanjut. Tulisan ini berupaya menelusuri relasi sepak bola dalam membangun komunikasi politik serta memahami kondisi fenomena ini dengan berasumsi apakah sepakbola dapat dijadikan satu kategorisasi dalam kebangkitan politik populis di era kontemporer dan bagaimana hal tersebut bisa berjalan secara beriringan serta bagaimana implikasinya terhadap sepakbola Indonesia dimasa depan.

## **II. LANDASAN TEORI**

### **A. Politik Populisme**

Perhatian utama dari tulisan-tulisan Laclau adalah masalah populisme, baik di Amerika Latin di mana dia memulai interogasinya terhadap fenomena tersebut (terutama pengalaman Peronisme), dan

kemudian dalam keterlibatannya dengan gerakan sosial baru dan strategi sosialis secara lebih umum. Konsep populisme menjadi cara umum untuk mengeksplorasi keutamaan politik dalam masyarakat.

Pada perdebatan teoritis, populisme dipandang sebagai konsep yang mengalami *Cinderella Complex* atau konsep yang ambigu, elusif, dan tumpang tindih. Kompleksitas populisme tersebut disebabkan kurangnya upaya konseptualisasi ide dan cenderung lebih banyak memahami dari lensa komparatif atas kasus-kasus global dari berbagai sudut pandang yang berbeda (Taggart, 2000). Implikasi dari keberagaman ini memunculkan beberapa kategori pendekatan yang digunakan dalam studi populisme yaitu diskursif, ideasional, organisasional atau multikelas (Hadiz, Vedi & Robison, 2017).

Pendekatan diskursif Ernesto Laclau menekankan pada konstruksi politik akan penyatuan tuntutan/aspirasi yang homogen dari masyarakat yang heterogen dalam dikotomi antara tuntutan rakyat yang tidak terpenuhi dan kekuasaan yang tidak responsif. Tuntutan ini direkatkan dengan kesaamaan simbolik antar rakyat melalui proses diskursif dalam bentuk agenda politik Bersama (Laclau, 2005). Untuk menjawab kebingungan definisi mengenai populisme, Girdon dan Bonikowski melakukan *literature review* dan menarik kesimpulan terkait definisi dari populisme melalui pendekatan politik dan sosiologi yang meliputi; populisme sebagai gagasan, populisme sebagai sebuah *discursive stlye* dan populisme sebagai bentuk mobilisasi politik (Noam, Girdon & Banikowski, 2013). Laclau juga menyimpulkan populisme dari hasil analisisnya yakni sebagai sebuah *political logic* yakni sebuah konsekuensi dari kondisi politik yang terjadi pada masyarakat; naming and effect yakni pendefinisian kata populisme ataupun populis akan memberikan konsekuensi khusus untuk menentukan kategori tujuan yakni utamanya berorientasi pada rakyat (the people), dan *particular demand* yakni

sebagai sebuah permintaan sosial (demand, request) dari ketidakpuasan masyarakat dengan kondisinya sosial ekonominya (Laclau, 2005). Dari analisis definisi yang ditawarkan oleh Laclau sebenarnya ia sekaligus menyebutkan indikator faktor berkembangnya populisme. Populisme akan kemungkinan besar berkembang dalam kondisi tatanan sosial yang sudah rusak dimana publik kehilangan kepercayaan terhadap sistem politik karena kegagalan partai politik menjadi saluran representasi yang efektif sehingga memunculkan apatisme politik masyarakat. Selain itu adanya pengaruh dari perubahan kondisi ekonomi, sosial, dan politik baik di dalam maupun di luar negeri yang akan mempengaruhi gejolak masyarakat untuk menuntut perubahan. Sementara dalam riset PWD, populisme dipahami sebagai gaya politik Manichean yang mencakup tiga dimensi pokok yakni; Pertama, populisme mengacu pada rakyat. Para pemimpin populis umumnya mengaku mewakili dan bertindak atas nama rakyat dalam pengertian orang kebanyakan. Kedua, populisme juga berkaitan dengan gagasan menciptakan dan memperkuat hubungan antara para pemimpin populis dan rakyat yang bersifat langsung. Ketiga, gaya politik ini secara pekat mengandung sentimen anti kemapanan dan anti elit (Tornquist et al., 2014).

Adapun pendekatan ideasional Cas Mudde lebih memfokuskan perhatiannya pada ide, retorika, dan manuver politik populis dengan tiga elemen dasarnya yaitu: rakyat (the people), elit (the elite), kehendak rakyat umum (the general will of people) (Mudde & Kaltwasser, 2017). Baginya populisme merupakan sebuah ideologi procedural dan lentur (a thin-centered ideology) yang menegaskan pembelahan tajam antara “rakyat yang murni” berbudi luhur dan “elit korup” yang diasosiasikan sebagai kelompok penindas dan tamak yang selalu mengabaikan kehendak umum (Mudde, 2007). Pendekatan multikelas atau organisasional berbasiskan perspektif ekonomi politik

struktural, menurut Vedi Hadiz dan Richard Robinson pendekatan ini tidak hanya memiliki fokus pada moda organisasi dan strategi gerakan politik populis, termasuk kemapanan institusi perwakilan yang dihadapinya, tetapi juga aksentuasi pada basis sosial dan material dari populisme terkait konflik atas kekuasaan dan sumber daya pada konteks historis tertentu (Hadiz, Vedi & Robison, 2017).

Lebih lanjut, kerangka strukturalis ini mengartikan populisme sebagai ekspresi politik yang merepresentasikan koalisi antar-kelas asimetris yang berisi like-minded people dengan artikulasi kepentingan kolektif. Dalam artian, populisme juga meliputi “penanggungan perbedaan/suspension of difference” sebuah situasi yang merujuk pada proses homogenisasi rakyat dengan latarbelakang identitas masyarakat yang majemuk dan dikonfrontirkan musuh politik bersama yaitu elit-elit atau entitas asing lewat jalur konstruksi diskursus atau kontestasi kekuasaan. Pembagian siapa yang layak diartikan sebagai bagian dari definisi rakyat atau bukan ditentukan berdasarkan materialitas identitas politiknya (Hadiz, Vedi & Robison, 2017).

Populisme (populism) adalah filsafat politik yang berpihak pada hak-hak dan kepentingan orang banyak, alih-alih berpihak pada elit dan pemerintah. Sebagian gerakan politik di seluruh dunia diketahui mempromosikan cita-cita populis. Hanya saja, ketika digunakan untuk menggambarkan retorika politik individu atau partai politik, istilah ini sering membawa konotasi peyoratif dan dianggap sebagai “lip service” yang hanya ditujukan untuk menyenangkan orang banyak tanpa pembuktian yang jelas. Tujuan kunci di balik populisme adalah bahwa rakyat banyak harus memiliki kesempatan dalam masyarakat dan peran aktif dalam pemerintahan.

Gerakan-gerakan populis umumnya membagi masyarakat menjadi “rakyat” dan “elit”, dengan individu yang memiliki kekuatan terbatas dianggap sebagai rakyat

serta elit dideskripsikan sebagai orang-orang yang memiliki pengaruh besar dengan jumlah sedikit. Elit biasanya merupakan orang kaya dan sering menggunakan kekayaan mereka untuk mempengaruhi sistem politik yang menguntungkan mereka. Populis biasanya merasa bahwa pemerintah justru melindungi kepentingan elit dan kurang memperhatikan kebutuhan rakyat biasa. Orang-orang yang mendukung populisme umumnya mendukung sistem demokrasi dan percaya bahwa demokrasi adalah cara terbaik bagi masyarakat untuk berperan dalam pemerintahan.

Meskipun dikenal memiliki agenda memajukan kesejahteraan orang banyak, populis cenderung menghindari dari sosialisme dan liberalisme ekstrim. Politisi dari berbagai partai politik atau ideologi bisa saja mengadopsi populisme. Gerakan politik populisme dikenal mendorong pemerintah dan masyarakat pada umumnya untuk bekerja agar memberikan kebaikan terbesar pada masyarakat banyak. Hal ini dapat dicapai melalui kebijakan dan peraturan perundang-undangan yang mendukung kepentingan orang banyak.

Gerakan-gerakan populis, bagaimanapun, sering menolak berbagai kebijakan seperti bantuan kesehatan yang disponsori pemerintah, meskipun kebijakan ini sering dirancang untuk membantu anggota masyarakat yang paling membutuhkan. Sebagian orang kadang menggunakan istilah "populis" dan "populisme" untuk mengekspresikan protes publik atas suatu peristiwa politik. Populisme juga sering digunakan untuk mengkritisi kebijakan yang seakan berpihak pada rakyat banyak tanpa memberikan manfaat nyata pada kepentingan umum.

Dalam kancah politik, populisme ditandai dengan upaya menempatkan publik sebagai arus utama dan center point. Masalahnya, populisme kerap kali tersandera sebagai metode dan sarana mencapai pusat kekuasaan. Keikutsertaan publik dalam pembicaraan kepentingan

publik itu sendiri hanya muncul pada periode singkat menjelang kompetisi politik. Dengan begitu, partisipasi publik diartikan sebagai kalkulasi atas jumlah suara politik. Populisme dapat menggunakan jargon politik yang tampil merakyat, menjadikannya sebagai wadah aspirasi kelompok marjinal, meski kemudian dibajak oleh kepentingan segelintir pihak bahkan oleh oligarki kekuasaan yang sedang bertanding dalam kontestasi politik melalui ajang pemilihan. Sekali lagi, populisme adalah penghantar menuju epicentrum kursi kuasa.

Mudde dan Kaltwasser mengemukakan bahwa studi tentang populisme merupakan suatu konsep yang diperdebatkan (*contested concept*). Adakalanya ia didefinisikan "sebagai ideologi, gerakan dan sindrom." Tetapi, yang sering menimbulkan kebingungan "populisme adalah label yang jarang di klaim oleh orang atau organisasi." Sebaliknya, label itu "dianggap berasal dari orang lain, paling sering dengan konotasi negatif." Di sisi lain, "akademisi dan jurnalis menggunakan istilah tersebut untuk menunjukkan fenomena yang sangat beragam."

Terdapat beberapa pendekatan dalam memaknai apa itu populisme, yang pertama yaitu pendekatan agensi yang memaknai populisme sebagai cara hidup demokratis yang dibangun dengan adanya keterlibatan masyarakat dalam politik. Pada dasarnya pendekatan ini menganggap populisme sebagai kekuatan positif untuk mobilisasi masyarakat yang juga sebagai pengembangan demokrasi komunitarian, yang didalamnya menentang liberalisme, kapitalisme dan sosialisme. Yang termasuk kategori pendekatan ini adalah semua gerakan massa, baik melalui demonstrasi maupun gerakan progresif melawan sebuah kediktatoran serta kecurangan. Dalam hal ini yang disentuh adalah kepentingan rakyat, sehingga rakyat bergerak dan menuntut keadilan.

Kemudian yang kedua, pendekatan Laclau, merujuk pada pandangan ilmuwan

politik kritis Argentina Ernesto Laclau, bahwa populisme sebagai kekuatan emansipatoris memaksa yang ingin terbebas dari kungkungan kekuasaan atau struktur sosial yang tidak ramah. Jadi tidak sekedar esensi politiknya saja yang menjadi bagian dari populisme. Dalam pandangan ini, populisme mengenalkan sebuah konflik ke dalam politik, populisme menurut pendekatan ini menyatakan bahwa konflik dapat merangsang kemudian membuat masyarakat terdorong untuk melakukan mobilisasi dengan tujuan mengubah status quo.

Pendekatan yang ketiga adalah anggapan populisme sebagai “gaya politik folklore” yang dipakai oleh pemimpin dan partai untuk memobilisasi massa. Dalam anggapan ini, populisme ditujukan untuk memaksimalkan perhatian media dan dukungan rakyat, aktor populis memosisikan diri mereka sebagai seorang pemberani yang berdiri tegap dengan “rakyat” dan menentang penguasa “elit”. Kenapa perhatian media yang harus dimaksimalkan? Itu semua tujuan awalnya untuk menggiring opini publik sehingga rakyat sebagai pengguna media massa/ sosial dapat terbawa menjadi bagian dari pendukung aktor populis tersebut. Bila rakyat telah mendukung bukan hal yang mustahil mobilisasi masyarakat dapat dilakukan.

Pendekatan keempat yang sering digulirkan dalam dekade terakhir oleh sekelompok ilmuwan yaitu memaknai populisme sebagai “pendekatan ideasional.” Dalam hal ini populisme dilihat sebagai suatu ideologi yang tipis (*thin-centered ideology*) yang memberi anggapan bahwa masyarakat dipisahkan menjadi dua pihak yang homogen dan antagonis, “orang-orang murni” versus “elit korup”. Dimana politik seharusnya menjadi ungkapan *volonte generale* (kehendak umum) rakyat. Pemahaman populisme sebagai ideologi yang tipis menurut Mudde and Kaltwasser ini membantu memahami kelenturan konsepsi populisme yang melekat pada ideologi lain

yang sangat penting untuk menarik perhatian masyarakat.

Dari keempat pendekatan tersebut yang menjadi titik temu dalam paham populisme ini adalah upaya untuk memobilisasi rakyat melalui tokoh yang dinilai ‘pro-rakyat’ dan berdiri di samping rakyat untuk menentang kaum elit. Berdasarkan pendekatan Laclau bahwa populisme muncul sebagai kekuatan emansipatoris memaksa yaitu persamaan hak dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat yang ditempuh dengan adanya ‘paksaan’ kepada kaum elit, tujuannya merubah status quo.

## **B. Komunikasi Politik**

Dalam komunikasi politik, sesungguhnya setiap aspek memiliki peran tersendiri, walaupun tetap memiliki hubungan secara langsung atau pun tidak langsung dalam aplikasinya. Lima komponen dalam komunikasi politik tersebut menyangkut (1) komunikator politik, (2) pesan politik (3) media yang digunakan dalam komunikasi politik, (4) khalayak komunikasi politik, dan (5) Akibat yang ditimbulkan dari komunikasi dalam politik (Nimmo, 1993).

Pandangan Denton dan Woodward (dalam McNair, 1995) dapat menjelaskan lebih lanjut tentang teori umum tersebut. Mereka mendefinisikan komunikasi politik secara singkat sebagai komunikasi yang memiliki tujuan politis, meliputi; 1) semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor politik lain untuk tujuan khusus; 2) komunikasi yang ditujukan kepada para aktor politik oleh aktor-aktor non politis seperti pemilih (voters) dan kolumnis; dan 3) komunikasi terkait dengan aktor-aktor politik dan aktifitasnya yang diliput media, dibahas dieditorial dan diperbincangkan dalam berbagai format diskusi di media. Model komunikasi politik sebagaimana disampaikan Denton dan Woodward merupakan merupakan komunikasi politik termediasi oleh media tradisional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah. Komunikasi politik ini

memiliki pola komunikasi politik berlangsung searah (one way communication), tersentralisasi dan memposisikan publik sebagai penerima pesan pasif (McNair, 1995).

Elite yang terdiri dari organisasi politik seperti partai, organisasi publik, pemerintah menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan program-program politiknya untuk disampaikan kepada pemilih (voters) yakni warga negara (citizen). Pesan tersebut biasanya dikemas oleh media tradisional dalam bentuk liputan, editorial, komentar dan analisis berita untuk disampaikan kepada publik. Disisi lain media juga memfasilitasi warga (citizen) untuk menyampaikan opini mereka untuk kepada elite. Dalam praktiknya komunikasi politik yang dimediasi media tradisional ini memungkinkan terjadinya hambatan (barrier) berupa praktik kekuasaan yang dilakukan elemen komunikasi politik. Elemen-elemen komunikasi politik yakni media, elite dan publik tidak berada dalam ruang vakum. Masing-masing elemen memiliki fungsi kontrol yang akan mempengaruhi efek pesan yang dibangun dalam komunikasi politik. Mereka yang mengontrol adalah kelompok yang paling banyak menguasai sumber daya terutama medium (channel). Sebagai contoh dalam konteks Indonesia, media dalam proses komunikasi politik seringkali diharapkan menjadi ruang publik yang memberikan ruang bebas kepada publik untuk menyampaikan opininya. Namun pada kenyataannya harapan tersebut tidak terpenuhi karena penguasaan elite atas media massa di Indonesia. Pada akhirnya terjadi pelemahan peran media sebagai ruang partisipasi publik karena media lebih dipakai sebagai alat elite untuk mencapai kekuasaannya. Media tidak lagi memediasi publik untuk menyampaikan opininya kepada elite, sebaliknya media menjadi ruang yang dikuasai elite untuk mengontrol public (McNair, 1995).

Dalam komunikasi politik, terdapat dua buah konsep besar yakni konsep

komunikasi dan konsep politik. Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian informasi antara pengirim kepada penerima melalui suatu media tertentu. Deddy Mulyana dalam bukunya juga menyampaikan sejumlah definisi komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli antara lain seorang ahli bernama Theodore M. Newcomb menjelaskan bahwa komunikasi ialah setiap tindakan yang dipandang sebagai proses transmisi informasi yang terdiri dari suatu rangsangan yang diskriminatif dari sumber informasi ke penerima informasi. Selanjutnya, seorang ahli bernama Harold Lasswell dalam buku Cangara mendefinisikan konsep ilmu politik sebagai suatu ilmu yang berkaitan dengan kekuasaan (Mulyana, 2010). Menurut Dahlan, komunikasi politik diartikan sebagai suatu disiplin ilmu yang menelaah perilaku dan aktivitas komunikasi yang bermuatan politik, memiliki akibat politik maupun memiliki pengaruh pada perilaku dan aktivitas politik. Komunikasi politik ini bisa didefinisikan sebagai proses komunikasi yang memiliki akibat kepada tindakan yang bersifat politik.

### **III. METODE PENELITIAN**

Penulisan pada artikel ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini akan mampu mengungkapkan bagaimana sepakbola mampu dijadikan sebagai entitas bangkitnya politik populisme. Hal ini disebabkan, Pertama, metode kualitatif akan masuk ke obyek dan melakukan penjelajahan dengan pertanyaan besar sehingga masalah akan ditemukan dengan jelas. Kedua, Penulis dapat memahami makna dibalik data yang tampak karena gejala sosial di tataran elit maupun akar rumput seringkali tidak bisa dipahami berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan orang. Ketiga, untuk memastikan kebenaran data karena data sosial sering sulit dipastikan kebenarannya. Melalui

teknik pengumpulan data secara observasi maka kepastian data akan lebih terjamin. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif, dimana penulis akan mendeskripsikan bagaimana unsur sepakbola ini dikonversikan dalam pemaknaan mampu menjadi entitas lain terhadap bangkitnya politik populisme.

#### **IV. PEMBAHASAN**

Profesionalisme dan pengelolaan yang diorientasikan pada industrialisasi sepak bola menjadi solusi pemecahan untuk meningkatkan prestasi sepak bola. Jika sepak bola masih menggunakan dana dari APBD maka yang terjadi adalah manajemen secara amatir namun dilabeli "profesional". Memang, menghentikan dana APBD untuk sepak bola adalah buah simalakama, karena sepak bola di Indonesia masih berwatak perserikatan yang mengedepankan egosime kedaerahan. Bagi sebagian penonton sepak bola, mendukung sebuah tim berlaga bukan semata-mata alasan prestasi, namun karena alasan fanatisme kedaerahan. Dukungan buta seperti ini kemudian juga rentan terhadap konflik budaya antar komunitas suporter karena persoalannya bukan lagi semata-mata menang kalah di atas lapangan, namun gengsi kedaerahan yang kadang dipenuhi prasangka budaya. Sepak bola di Indonesia telah menjadi sebuah simbol kebanggaan berwarna kedaerahan, karena mentalitas perserikatan yang masih menghantui sepak bola Indonesia.

Mentalitas ini berkebalikan dengan misi awal penggabungan Galatama dan Perserikatan dalam payung Liga Indonesia yang dari awal diharapkan mampu mengubah wajah sepak bola Indonesia menjadi lebih profesional, bukan lagi manajemen amatir. Tentangan dari pendukung penggunaan dana APBD terhadap peraturan pemerintah yang melarang penggunaan dana APBD untuk sepak bola dengan menyatakan bahwa banyak tim akan kolaps jika tidak didukung oleh kucuran dana APBD juga tidak bisa

dipertanggungjawabkan. Pertama, jika memang dari awal sebuah klub berlaga dalam kompetisi yang berlabel profesional, maka konsekuensinya adalah manajemen yang dijalankan juga harus profesional, bukan manajemen yang mengemis bantuan APBD. Kedua, di berbagai negara yang sepak bolanya telah maju, klub dikelola secara profesional dengan manajemen modern yang mengandalkan pendanaan pada sponsor, pemilik klub maupun saham. Pengelolaan secara profesional berimbas pada manajemen klub sepak bola yang bukan hanya diarahkan untuk meraih prestasi di atas lapangan hijau, namun juga keuntungan ekonomi dari penjualan tiket, hak siar, sponsor serta penjualan pemain. Pemanfaatan sepak bola sebagai media komunikasi politik juga terjadi di tingkat lokal.

Di Indonesia, pemanfaatan sepak bola sebagai media komunikasi politik bisa dilihat dari penggunaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk membiayai klub yang berlaga di Liga Indonesia. Para kepala daerah berusaha mengembangkan popularitasnya dengan membiayai klub yang berlaga di Liga Indonesia, apalagi setelah pemilihan kepala daerah dilakukan secara langsung. Pemilihan kepala daerah secara langsung ini menuntut adanya popularitas yang tinggi dari para aktor politik yang berkompetisi.

Di masa Sutiyoso menjabat sebagai Gubernur Jakarta, kesebelasan Persija Jakarta berhasil menggapai prestasi tinggi karena mendapat dukungan besar dari Sutiyoso, sehingga tidak aneh jika Sutiyoso berhasil menjabat gubernur Jakarta selama dua periode. Popularitasnya yang tinggi sebagai gubernur yang peduli dan royal dalam membelanjakan anggaran untuk membeli pemain bintang demi prestasi klub membuat Sutiyoso populer di mata masyarakat ibukota, walaupun sebenarnya Sutiyoso bukan putra daerah. Bukan hanya di Jakarta, penggunaan APBD untuk membiayai klub yang berlaga di Indonesia menjadi fenomena yang jamak di berbagai daerah. Padahal, penggunaan dana APBD



yang menjadi sumber kehidupan klub, dinilai salah dan melanggar peraturan yang ada (Julianto, 2007).

Penggunaan APBD untuk membiayai klub sepakbola mulai meredup setelah pemerintah pusat mengancam akan mempidanakan pemerintah daerah yang menggunakan APBD untuk membiayai klub dengan alasan melanggar Peraturan Pemerintah No. 58 tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah. Hasilnya banyak klub sepak bola di tanah air yang awalnya mendapat dukungan anggaran daerah kemudian dituntut untuk mandiri, seperti Persib, Persija, Arema, dan klub sepak bola lainnya.

Sepakbola menjadi ladang emas bagi para politisi dalam usaha mereka meraih dukungan publik. Mereka memanfaatkan massa yang didapatkan dari para pendukung sepakbola untuk ikut pula menjadi pendukung mereka. Pemanfaatan massa ini tentu tidak bisa dilepaskan dari tujuan komunikasi politik, dimana tujuan dari komunikasi politik adalah untuk mempengaruhi khalayak (McNair, 1999). Mereka pun menggunakan sepakbola untuk menarik perhatian dan minat masyarakat terhadap mereka.

Sepak bola dalam konteks komunikasi politik dapat dikatakan menjadi *free media* bagi para politisi. *Free media* dalam komunikasi politik telah menjadi pilihan aktor politik, dimana merujuk pada McNair (1999) bahwa aktor politik bisa memperoleh ekspos atau publisitas tanpa harus membayar mahal iklan politik. Keuntungan berasal *free media* adalah ekspos bagi politisi dibangun atas awareness dari audiens yang kelihatan lebih 'hidup', sesuatu yg lebih bermakna daripada iklan politik yang direkayasa (*manufactured*) (McNair, 1999).

Selain melalui klub sepak bola, para aktor politik berusaha meraih popularitas dengan memakai momentum piala global, seperti dengan mendatangi ajang nonton Bersama. Seperti yang pernah dilakkan oleh Susilo Bambang Yudhoyono yang tidak ketinggalan mengikuti budaya nonton

bareng pada pertandingan pembuka Piala Dunia di tahun 2010 yang mempertemukan Afrika Selatan dengan Meksiko. Tidak ketinggalan, beberapa kepala daerah, anggota DPR dan DPRD serta partai politik juga melakukan kegiatan nonton bareng pada momen piala dunia tersebut.

Berbagai fenomena di atas secara jelas memperlihatkan bagaimana relasi sepak bola dan komunikasi politik di Indonesia. Popularitas sepak bola sebagai olah raga yang paling populer di Indonesia sejalan dengan popularitas sepak bola sebagai cabang olah raga yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi politik. Prestasi tim nasional Indonesia yang masih terpuruk di level internasional tidak berarti bahwa sepak bola tidak efektif dijadikan sebagai media komunikasi politik. Fanatisme yang luar biasa dari rakyat Indonesia terhadap sepak bola menutupi keterpurukan prestasi tim nasional, dimana fanatisme inilah yang dimanfaatkan sebagai aktor politik dalam memanfaatkan sepak bola sebagai media komunikasi politik.

## **V. KESIMPULAN**

Turnamen ataupun kompetisi sepakbola Indonesia dengan segala dinamikanya memang menarik untuk kita lihat. Dinamika yang ada pun tidak hanya terjadi didalam lapangan, namun juga terjadi diluar lapangan. Pertandingan yang terjadi pun tidak hanya terjadi didalam lapangan, namun juga terjadi diluar lapangan. Cukup banyak tokoh-tokoh sepakbola yang terjun ke dalam kontestasi politik dengan segala modal yang sudah ia miliki di dalam dunia sepakbola. Secara tidak langsung massa dari kalangan unsur sepakbola termobilisasi untuk mendukung tokoh sepakbola tersebut. Hal tersebut pun dibantu dengan pemberitaan di media yang secara tak langsung akan meningkatkan popularitas tokoh tersebut. Dalam ini *free media* dalam komunikasi politik telah menjadi pilihan para aktor politik, dimana kita merujuk pada space dimana aktor politik bisa memperoleh

ekspos tanpa wajib membayar. keuntungan berasal free media adalah ekspos bagi politisi dibangun atas *awareness* dari audiens yang kelihatan lebih ‘hidup’, sesuatu yg lebih bermakna daripada iklan politik yang di rekayasa.

Taggart, Paul A (2000). *Populism*. Open University Press.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadiz, Vedi R, and Richard Robison. “*Competing Populisms in Post-Authoritarian Indonesia.*” *International Political Science Review* 38, no. 4 (January 3, 2022): 488–502. <https://doi.org/10.1177/0192512117697475>.
- Julianto, Ari (2007). Menggugat APBD bagi Klub Sepakbola LI. Dimuat dalam Bola tanggal 30 Januari 2007.
- Laclau, Ernesto (2005). *On Populist Reason*. London; New York: Verso.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. London and New York : Routledge.
- Mudde, Cas, and Cristobal Rovira Kaltwasser (2017). *Populism: A Very Short Introduction. 2nd ed. edition*. New York, NY: Oxford University Press.
- Nimmo, Dan (1993). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noam, Girdon and Bonikowski, Bart. (2013). *Varietis of Populism : Literature review and Research Agenda*. [http://scholar.harvard.edu/files/gidron\\_bonikowski\\_populismlitreview\\_2013.pdf](http://scholar.harvard.edu/files/gidron_bonikowski_populismlitreview_2013.pdf)
- Rowe, David (1995). *Media Information Australia: Sport! Changing The Angle*. Nort Ryde: Southwood Press.
- Savirani, Amalinda, dkk. & Olle Tornquist dan Kristian Stoke. (2014). *Demokrasi di Indonesia: Antara Patronase dan Populisme, Ringkasan Eksekutif Project Power, Welfare, and Democracy*. Jogjakarta: Universitas Gadjah Mada & Oslo University.