

Hedi Pudjo Santosa, Turnomo Rahardjo, Triyono Lukmantoro,
Bonaventura Satya Bharata, Olivia Lewi Pramesti, Lukas Deni Setiawan, Mubarok,
Filosa Gita Sukmono, Didik Haryadi Santoso, Faridhian Anshari,
Narayana Mahendra Prastya, Arif Kusumawardhani, Fajar Junaedi,
Kristina Andryani, Dina Listiorini, Setio Budi HH

SPORT, KOMUNIKASI, DAN AUDIENS

Arena Olahraga dalam Diskursus
Ekonomi-Politik, Bisnis, dan Cultural Studies

Kata Pengantar :
Dr. Eko Harry Susanto
Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si

Editor :
Fajar Junaedi
Bonaventura Satya Bharata
Setio Budi HH

ASPIKOM
ASOSIASI PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Tarumanagara



Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

BUKU
LITERA

SPORT, KOMUNIKASI, DAN AUDIENS

Buku yang diterbitkan melalui jejaring ASPIKOM ini menjadi sebuah inisiasi dalam *sport communication*. Tulisan-tulisan dalam buku ini menarik dibaca dan perlu dikembangkan di berbagai kampus komunikasi dalam beragam kegiatan akademik. Harapannya setelah buku ini, kajian *sport communication* semakin populer di Indonesia. (Dr. Eko Harry Susanto, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara)

Buku ini memaparkan sepak bola dari berbagai perspektif yang sangat menarik. Realitas menggagas sepak bola dengan banyak sisi ini sangatlah menggembirakan, sebab dapat menjadi daya dorong untuk menggali fenomena yang sedang mengemuka. Dimulai dari bagaimana sepak bola ditempatkan sebagai identitas, sepak bola sebagai industri dan komoditas, bagaimana para pemain sepak bola dicitrakan, relasi antara pemain dan fans, keberagaman fans klub, teknologi informasi, gender, hingga efek tontonan sepak bola terhadap relasi rumah tangga. (Ike Devi Sulistyningtyas, M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)



Diterbitkan atas kerjasama :

ASPIKOM
ASosiasi Komunikasi, Teknologi dan Komunikasi



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Tarumanagara



Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

BUKU
LITERASI

ISBN : 978-6027-636-64-4



9 786027 636644
SPORTS, KOMUNIKASI dan AUDIENS

SPORT, KOMUNIKASI, DAN AUDIENS

**Arena Olahraga dalam Diskursus Ekonomi-Politik, Bisnis,
dan Cultural Studies**

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang All Rights Reserved
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Juni 2014
xiv+ 262 hlm.; 15.5 x 23.5 cm
ISBN: 978-6027-636-64-4

Kata Pengantar:

Dr. Eko Harry Susanto, Ike Devi Sulistyningtyas, M.Si.

Penulis:

Hedi Pudjo Santosa, Turnomo Rahardjo,
Triyono Lukmantoro, Bonaventura Satya Bharata, Olivia Lewi
Pramesti, Lukas Deni Setiawan, Mubarak, Filosa Gita Sukmono, Didi
Haryadi Santoso, Faridhian Anshari, Narayana Mahendra Prastya, Ar
Kusumawardhani, Fajar Junaedi, Kristina Andryani,
Dina Listiorini, Setio Budi HH

Tim Editor:

Fajar Junaedi
Bonaventura Satya Bharata
Setio Budi HH

Perancang Sampul & Penata Letak:

Ibnu Teguh W

Foto Cover:

Hermawan Handaka

Diterbitkan oleh:

ASPIKOM – Fikom Untar – Prodi Ilmu Komunikasi UAJY

Bekerjasama dengan:

Buku Litera Yogyakarta
Minggiran MJ II/1378, RT 63/17
Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta
Telp. 0274-388895, 08179407446
bukulitera@gmail.com, matapadi_media@yahoo.com

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PENGANTAR | |
| Penelitian Kajian Komunikasi dalam Olahraga <i>Harry Susanto (Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Semarang)</i> | v |
| Pengaruh Daya Magis Sepak Bola dari Ragam Perspektif <i>Sulistyaningtyas, M.Si. (Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)</i> | ix |
| DAFTAR ISI | xiii |
| Persepsi Masyarakat tentang Komunikasi, dan Multikulturalisme: | |
| Persepsi Sosial Sepak Bola di Indonesia <i>Rahardjo Santosa (Universitas Diponegoro)</i> | 1 |
| Persepsi Masyarakat tentang Kebencian (Perspektif Komunikasi Antarbudaya) <i>Rahardjo (Universitas Diponegoro)</i> | 19 |
| Persepsi Masyarakat tentang Selebrasi Gol? <i>Lukmanto (Universitas Diponegoro)</i> | 35 |
| Batik Bola: Antara Identitas dan Penaklukan Budaya <i>Satya Bharata (Universitas Atma Jaya Yogyakarta)</i> | 55 |
| Persepsi Masyarakat tentang Media, dan Audiens: Perspektif Media Lokal Persepsi Masyarakat tentang Isu Olahraga <i>Ravi Pramesti (Universitas Atma Jaya Yogyakarta)</i> | 67 |
| Persepsi Masyarakat tentang Media Global: Hak Siar Sepak Bola dan Spesialisasi Media <i>Setiawan (Universitas Atma Jaya Yogyakarta)</i> | 89 |
| Persepsi Masyarakat tentang Media dalam Masyarakat Tontonan <i>(Universitas Islam Sultan Agung Semarang)</i> | 113 |
| Persepsi Masyarakat tentang Komunikasi Penggemar Sepak Bola di Televisi Momen <i>Decoding</i> pada Siaran Piala Dunia 2014) <i>Sukmono (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)</i> | 127 |

OLAHRAGA DALAM MASYARAKAT TONTONAN

Oleh:

Nama : Mubarak, S.Sos, MSi

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM), Universitas Islam Sultan Agung
(UNISSULA) Semarang

A. Latar Belakang

Olahraga sejatinya adalah bagian tidak terpisahkan dari gerak langkah kehidupan manusia. Olahraga mewakili aktifitas lahiriah manusia, ketika otot, sendi, tulang, dan bagian tubuh lainnya bergerak seiring dengan aktifitas manusia. Sampai disini olahraga memberikan dampak kesehatan sebagaimana maksud dan tujuan utamanya. Tubuh yang rajin berolahraga cenderung lebih sehat, lebih segar dan memiliki daya tahan lebih kuat dalam beraktifitas.

Membicarakan olahraga dalam konteks tersebut nampak bahwa aktifitas fisik lebih dominan. Nuansa kesehatan adalah tujuan utama yang hendak dicapai. Namun membicarakan olahraga ternyata tidak bisa berhenti pada tataran sederhana tersebut. Sudah semenjak dahulu olahraga dikaitkan dengan kompetisi, tontonan, kemeriahan, dan arena manusia untuk menunjukkan beragam potensi dan kemampuan di luar olahraga. Perhelatan Olimpiade telah dilakukan semenjak jaman Yunani kuno. Ketika para atlit tampil diajang Olimpiade sudah pasti tujuannya bukan sekedar kesehatan badan. Olimpiade yang hingga saat ini masih dilestarikan oleh manusia sebagai ajang kompetisi olahraga terbesar di dunia, menunjukkan beragam wajah dari olahraga tersebut.

Piala Dunia yang menjadi ajang tertinggi perhelatan sepakbola sejagat selalu dinanti jutaan pasang mata di seluruh dunia. Liga-liga yang dihelat di Eropa selalu ditunggu kehadirannya oleh penonton di seluruh dunia. Liga Inggris, Serie A Italia, La Liga Spanyol, Eredivisi Belanda, Liga Jerman menjadi kiblat tontonan sepakbola sejagat. Bahkan liga lokal di berbagai Negara tidak luput dari kemeriahan lainya liga dunia. Indonesia memiliki Indonesia Super League sebagai kasta tertinggi kompetisi antar klub. Meskipun kualitas permainannya masih jauh dari Liga Eropa, tetapi ISL memberikan kemeriahan dan selalu dinanti panggilan bola tanah air. Organisasi supporter lahir dan mengiringi keriuhan kompetisi sepakbola di berbagai Negara.

Di luar sepakbola ada ajang Moto GP yang juga digilai manusia. Balapan sepeda motor ini selalu menghiasi layar kaca di seluruh dunia. Di berbagai Negara ajang Moto GP menarik perhatian televisi local yang berusaha mendapatkan hak siar eksklusif. Setali tiga uang adalah balapan jet darat terbesar F 1. Baik Moto GP maupun F 1 menjadi contoh keriuhan olahraga yang mendunia di luar sepakbola.

Diluar sepakbola dan otomotif, cabang olahraga lain juga berusaha untuk mendunia. Golf, tenis lapangan, basket, tinju dan lainnya menempuh jalan yang sama agar olahraga ini bisa diterima diberbagai belahan dunia. Kuncinya sama, ketika sebuah kompetisi ingin menjadi idola masyarakat, maka kompetisi tersebut harus mampu menarik minat manusia untuk melihatnya, membicarakannya, merindukannya. Menjadikan olahraga sebagai tontonan menjadi jalan yang ditempuh banyak pihak untuk menarik perhatian manusia. Sampai disini nampak bahwa olahraga bukan sekedar mengomunikasikan kesehatan semata, tetapi lebih dari itu menggambarkan kompleksitas kehidupan manusia.

B. Pembahasan

Semenjak jaman pramodern, masyarakat telah memiliki tontonan. Di jaman Yunani kuno telah ada olimpiade, festival puisi, debat publik serta perang berdarah yang menjadi tontonan masyarakat. Di dunia timur ada cerita Genghis Khan yang menjadi cerita dan tontonan menarik. Beberapa pertempuran besar divisualisasikan secara turun-temurun sebagai tontonan yang menarik. Di Indonesia ada cerita Mahabarata dan Ramayana yang diceritakan, divisualisasikan dari generasi ke generasi. Melalui medium tontonan berupa Wayang atau film cerita-cerita tersebut terus direproduksi dari generasi ke generasi dengan beragam maksud dan tujuan.

Pada pembahasan kali ini penulis ingin mendeskripsikan olahraga dari sudut pandang “masyarakat tontonan”. Olahraga tidak lagi berdiri dalam ranah yang tunggal melainkan percabangan dari kompleksitas budaya media. Budaya media adalah industri budaya yang diorganisasikan pada model produksi massal dan ditujukan bagi audiens massal sesuai jenis, mengikuti formula konvensional, kode dan aturan. Budaya media menggabungkan antara budaya dan teknologi. Budaya media mendefinisikan apa yang dianggap baik dan buruk, positif atau negatif dan bermoral atau tak bermoral (Kellner, 1995). Tontonan budaya media mendemonstrasikan siapa yang kuat dan lemah, dan

siapa yang boleh menggunakan kekuatan dan kekerasan. Dramatisasi dan legitimasi kekuasaan digunakan untuk membuat tontonan menjadi lebih menarik.

Kondisi masyarakat seperti ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Guy Debord sebagai masyarakat tontonan (*society of spectacle*). Masyarakat tontonan adalah masyarakat yang hampir di segala aspek kehidupannya dipenuhi oleh berbagai bentuk tontonan dan menjadikannya sebagai rujukan nilai dan tujuan hidup. Selain itu, tontonan memanipulasi dan mengeksploitasi nilai-guna (*use-value*) dan kebutuhan manusia sebagai sarana memperbesar keuntungan dan kontrol ideologis atas manusia. Dalam masyarakat tontonan (*spectacle society*), segala sesuatu ditampilkan sebagai citra-citra yang bahkan tampak lebih real dibanding realitas sebenarnya. Inilah awal dimana tempat lahirnya masyarakat hipperrealitas (*hyperreality society*).

Konsep “masyarakat tontonan” dikembangkan oleh teoritis Prancis bernama Guy Debord (1994). Konsep yang dikembangkannya mendeskripsikan media dan masyarakat konsumen, organisasi antara produksi dan konsumsi image, komoditi dan panggung pertunjukan. Ia menggambarkan media dan masyarakat konsumen termasuk pengemasan, promosi, tampilan komoditas dan produksi serta efek dari semua media. Perkembangan tontonan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi di bidang komunikasi yang mampu menyiarkan tontonan hingga pelosok dunia.

Olahraga adalah contoh tontonan yang telah menjadi tontonan global dan menjadi komoditi utama yang diburu media massa. Siaran Basket NBA, Superbowl, NASCAR, balap Formula 1, Kompetisi Liga Inggris, Serie A Italia, Olimpiade dan pertunjukan olahraga lainnya menjadi komoditas andalan untuk meraih pengiklan sebanyak mungkin. Semua kompetisi olahraga tersebut tidak hanya berbicara sportifitas olahraga semata, namun menjadi tontonan yang ditunggu karena kemampuannya untuk memikat penonton. Semua tontonan tersebut tidak akan lepas dari unsure kompetisi, kemenangan, sukses dan akhirnya uang.

Contoh komoditi lain yang juga berhasil menjadi tontonan global adalah film. Amerika Serikat memiliki "Hollywood", India memiliki “Bollywood” dan China selalu memiliki film kungfu yang dinanti jutaan penonton di seluruh dunia. Perusahaan film dunia seperti Warner Bross, Sony Picture atau di Indonesia ada Multivison sadar betul bahwa di dalam masyarakat tontonan memerlukan berbagai upaya agar produk mereka

tetap laku. Jadilah sinergi produser, artis, dan media massa menjadi mesin-mesin kapitalis yang terus bergerak mengeruk keuntungan.

Atas dasar itu, mengutip Guy Debord, wacana kapitalisme mutakhir telah mengubah wajah dunia menjadi tak lebih dari sebuah panggung tontonan raksasa yang dihuni masyarakat yang haus tontonan. Dalam wacana semacam itu, sudah menjadi dogma bahwa memproduksi suatu komoditas harus disertai dengan memproduksi tontonan. Semua tontonan menjadi komoditas, sebaliknya semua komoditas menjadi tontonan. Apabila pihak media, tidak mampu menyajikan formula isi tayangan yang bernilai urgensif, maka semakin nyata kalau kita sedang berkubang dalam masyarakat tontonan. Artinya, adalah tontonan secara serentak tampak sebagai masyarakat itu sendiri, sebagai bagian dari masyarakat, dan sebagai perangkat untuk mempersatukan (Dalam Lukmantoro, Suara Merdeka:27 Juni 2008).

Tontonan (spectacle) di sini bukan koleksi citra (*image*), melainkan relasi sosial yang dimediasi melalui citra. Relasi sosial telah bergeser lebih jauh menjadi relasi komoditas. Citra-citra yang ditampilkan komoditas non-kehidupan tersebut bergerak secara otonom untuk memperdaya dan mengambilalih segala aspek kehidupan. Tidak hanya sampai di situ, kehidupan yang ditandai dengan relasi komoditas juga telah menyihir para penonton-penontonnya untuk menjiplak dan memproduksi ulang citra-citra yang tadi dipertontonkan. Penonton tersebut menjadi agen atas citra-citra yang sebelumnya ia lihat dengan matanya sendiri. Dengan kata lain, relasi sosial adalah relasi atas dasar citra-citra yang ditampilkan oleh kerumunan orang, termasuk pemahaman atas diri sendiri dan orang lain, berangkat dari komoditas yang ia pernah tonton.

Debord mengatakan “*In a world that is really turned upside down, the true is a moment of the false*”, ketika tontonan menjadi representasi semata, maka kebenaran adalah momen kepalsuan (*falsehood*) (Debord,). Kehidupan yang sesungguhnya telah dinegasikan dalam kemasan tontonan yang menawarkan antusiasme penontonnya. Konsep tontonan ini, sadar atau tidak, mengikuti pola-pola produksi tontonan populer, dan sistem industri masyarakat kapitalistik. Tontonan tak lain merupakan praktik sosial yang berbasis formasi ekonomis, sekaligus produksi utama masyarakat dewasa ini. Di dalamnya, segala aspek kebudayaan dan pengalaman dimediasi oleh tontonan untuk menyamakan dan melindungi kepentingan pemegang kuasa.

Tontonan pada dasarnya juga bersifat tautologis. Demi survivalnya sebuah tontonan maka harus menjadi kontrol sosial. Tontonan tersebut harus bisa memulihkan citranya di hadapan spektator melalui berbagai bentuk *repackage*, mereproduksi tontonan alternatif, dan menjual kembali komoditas yang dipertontonkan. Segala sesuatu yang tampak sebagai tontonan adalah baik, maka tontonan itu baik. Pada titik ini, formasi ekonomis mengemas benda-benda, untuk kemudian memonopoli kawasan representasi yang ditampilkan oleh media.

Berdasar uraian tersebut ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam industry tontonan. Berikut kami uraikan beberapa diantaranya:

1. Aktor/idola

Aktor yang pandai memainkan peran adalah syarat kesuksesan sebuah tontonan. Sehebat apapun jalan cerita sebuah pertunjukan tidak akan berhasil tanpa actor yang mampu memainkan perannya dengan baik. Actor mewakili protagonist dan antagonis yang melahirkan kesenangan, kesedihan, amarah, dan cinta. Kasus tandukan kepala Zinedine Zidane kepada Marco Materazzi menggambarkan actor antagonis dan protagonis sekaligus yang sulit untuk dibedakan. Pada final Piala Dunia 2006 Italia mengalahkan Prancis di final. Marco Materazzi yang sukses menyulut emosi Zidane dianggap sebagai tokoh penting keberhasilan Italia. Akibat ulahnya menanduk Materazzi, kartu merah diberikan kepada Zidane. Akibatnya Prancis kalah dari Italia melalui adu penalti.

Cristiano Ronaldo dan Lionel Messi saat ini menjadi actor idola sepakbola yang digandrungi penggilanya dari berbagai penjuru dunia. Tidak hanya lihai mengolah kulit bundar, mereka juga dikaruniai wajah rupawan sehingga digandrungi penonton. Actor sepakbola tidak lagi seorang atlet kotor, bau keringat, dan berantakan. Sebagai actor mereka memelihara dari ujung rambut sampai kaki sehingga memenuhi standar tontonan yang menarik.

Nama Valentino Rossi melekat erat pada ajang Moto GP. Banyak analisis yang memprediksi kepopuleran Moto GP akan sirna jika ajang ini tidak menemukan actor sebaik Rossi. Selain handal meunggangi kuda besi, Rossi juga dikenal eksentrik sehingga digandrungi penonton. Kemampuannya menyajikan balapan yang menghibur, membuatnya lebih dari sekedar atlet. Dia adalah figure komplit antara olahragawan dan

entertainer. Disini nampak bagaimana pentingnya peran dari para actor dalam menunjang kesuksesan sebuah tontonan.

2. Kontroversi

Gol “tangan Tuhan” Diego Maradona selalu dibicarakan para penggila bola. Kontroversi apakah gol tersebut dibuat dengan tangan atau sundulan tidak berhenti sampai hari ini. Bahkan Maradona sendiri sampai saat ini tidak pernah menjawab dengan jelas bagaimana proses gol tersebut terjadi. Gigitan Mike Tyson ke telinga Evander Holyfield masih dibicarakan penggemar tinju di dunia. Skandal doping yang menimpa Lance Armstrong juara dunia Tour De France, menimbulkan cibiran sekaligus pembelaan kepada sang atlit.

Restaurant mewah, café sampai angkringan pinggir jalan selalu menyajikan pembicaraan seputar kontroversi di dunia tontonan. Kontroversi yang lahir dalam sebuah pertunjukan sesungguhnya yang membuat tontonan tersebut tetap menarik. Tanpa kontroversi jalan cerita dari sebuah pertunjukan tidak lagi menarik. Karena itu beragam jalan yang ditempuh untuk meminimalisasi kontroversi tersebut seringkali menimbulkan penolakan justru dari kalangan atlit sendiri.

Ketika FIFA (organisasi sepakbola dunia) berencana menerapkan teknologi garis gawang untuk memastikan apakah bola sudah melewati garis atau belum, beragam tanggapan muncul. Salah satu yang menarik adalah penolakan dari sebagian pesepakbola yang menganggap kehadiran teknologi tersebut akan mereduksi makna dan kemeriahan dari permainan. Dengan teknologi tersebut maka kontroversi seputar sepakbola akan menghilang. Tidak ada lagi perdebatan tentang apakah sebuah gol sah atau tidak. Ketika kontroversi tersebut hilang, dimanakah letak menariknya sebuah tontonan. Jadi kontroversi adalah bumbu yang harus ada dalam sebuah tontonan.

3. Media

Media massa mainstream dan *new media* memegang peranan kuat dalam penyebaran tontonan ke seluruh penjuru dunia. Melalui layar televisi tayangan olahraga dari berbagai penjuru dunia hadir di rumah-rumah penggemarnya. Jaringan internet menghadirkan informasi terbaru beragam aktifitas olahraga. Kapitalisasi industry media di bidang olahraga mencengkram kuat sehingga melahirkan jaringan konglomerasi di berbagai penjuru dunia. ESPN, Star Sport, Bein Sport adalah contoh raksasa media yang mendistribusikan konten olahraga ke berbagai penjuru dunia.

Gurita bisnis media ini juga berperan penting dalam menentukan jalannya pertandingan olahraga di berbagai penjuru dunia. Sebagai contoh, pemain sepakbola di Liga Primer Inggris harus rela bermain disaat makan siang. Jam 11.00 dan 14.00 menjadi waktu yang harus diterima agar pertandingan tersebut bisa ditonton di ASIA. Tidak mengherankan jika Liga Primer Inggris hadir di layar kaca penonton ASIA di jam tayang utama. Posisi rating Liga Primer Inggris lebih baik dari Liga lain buan hanya karena kualitas pertandingan tetapi juga dipengaruhi oleh jadwal tayang televise. Kondisi ini berbeda dengan Liga Spanyol yang tetap memainkan pertandingan di malam hari sehingga tayang di televise ASIA saat dini hari.

Terkait dengan media, segala bentuk tolak ukur dan criteria sukses sebuah tontonan di media berlaku juga untuk olahraga. Kemasan olahraga yang hadir di layar kaca tidak semata pertandingan tersebut, tetapi juga dikemas dengan acara lain seperti kuis, komentar, dan informasi terbaru seputar pertandingan. Parameter *rating* acara juga berlaku dalam tayangan olahraga. Semakin tinggi *rating* semakin menarik bagi para pengiklan. Seringkali besarnya nilai iklan juga berpengaruh pada kemasan tayangan olahraga. Iklan bahkan bisa menentukan bagaimana tampilnya tayangan olahraga di televise. Sebagai contoh, durasi tayang antara olahraga dan iklan akan ditentukan tarik-menarik stasiun televise dan pengiklan.

4. Isu

Beragam isu mengiringi perhelatan olahraga di berbagai penjuru dunia. Salah satunya adalah Rasialisme. Sungguh menarik ungkapan dari Paul Ince salah seorang mantan pemain timnas Inggris. Dia mengatakan kalau dirinya tidak punya kesempatan untuk menjadi kapten karena berkullit hitam. Salah satu kasus terbaru adalah tindakan Dani Alves yang melawan rasialisme melalui kampanye makan pisang. Dalam sebuah pertandingan Liga Spanyol, Dani Alves pemain Barcelona mendapat lemparan pisang dari penonton, merasa dirinya disudutkan secara rasial, dia mengambil pisang tersebut dan memakannya. Tindakan Alves menjadi pembicaraan di berbagai penjuru dunia. Selain itu aksi makan pisang dijadikan sebagai salah satu bentuk kampanye menentang rasialisme. Rasialisme menjadi isu yang selalu menarik dalam dunia olahraga. Keberadaannya tidak hanya berkaitan dengan diskriminasi berdasar warna kulit, tetapi juga menjadi bumbu tontonan.

Nasionalisme dalam berbagai bentuknya memanfaatkan olahraga untuk mengingatkan semangat kebangsaan. Michael Billig mengungkapkan gagasannya tentang nasionalisme *banal*.. Michael Billig (1995) menyebut gairah nasionalisme yang merebak di saat-saat khusus seperti terancamnya kedaulatan negara, atau dalam tingkat yang lebih kecil, saat regu olah raga kita bertanding melawan negara lain, sebagai *hot nationalism*, atau boleh kita terjemahkan nasionalisme membara (*Kompas/2/5/2005*). Tetapi mengapa rasa nasionalisme bisa membara cepat dalam kondisi-kondisi khusus seperti itu? Setelah kondisi-kondisi itu lewat, apakah rasa nasionalisme tidak semembara itu lagi? Mengapa dengan cepat, misalnya, rakyat Inggris mendukung Perang Malvinas tatkala pulau itu diklaim oleh Argentina? Mengapa dengan cepat peristiwa 11 September membuat orang Amerika bangkit rasa nasionalismenya? Menurut Billig, hal itu dikarenakan nasionalisme secara *banal* (keseharian, biasa-biasa, sambil lalu) terproduksi dan tertanamkan, meski tidak ada kejadian-kejadian yang membarakan nasionalisme.

Billig mengkritik konseptualisasi nasionalisme yang cenderung memfokuskan pada manifestasi-manifestasi kasat mata yang muncul terutama dalam kondisi-kondisi khusus seperti kasus Ambalat ini, atau, misalnya, perayaan tujuh belasan. Sebaliknya dari semangat membara yang muncul kadang-kadang, nasionalisme adalah kondisi yang bersifat *endemik* (senantiasa ada). Inti pandangan Billig tentang nasionalisme adalah bahwa nasionalisme senantiasa direproduksi lewat pengingat-pengingat yang kelihatannya sepele dan tak-terperhatikan (*banal reminders*) yang secara terus-menerus dan sehari-hari mengingatkan penduduk akan negaranya.

Ketika Tim Thomas dan Uber bertanding seolah kita berada disana, ikut merasakan perjuangan mereka mengharumkan nama bangsa. Padahal sejatinya kita sedang berada di depan layar televisi di rumah kita masing-masing. Ada semangat nasionalisme yang disalurkan melalui pertandingan olahraga yang dipancarkan secara luas oleh media massa. Olahraga dalam kemasan budaya media ternyata juga bisa berfungsi sebagai pengingat *banal* dan mereproduksi nasionalisme.

Dalam film *My Way* digambarkan perjalanan patriotisme atlet lari Korea Selatan. Dalam latar Perang Dunia ke 2 film ini berusaha membangkitkan semangat patriotism dari rakyat Korea. Perseteruan antara atlet lari Korea dan Jepang yang digambarkan dalam film tersebut menunjukkan dengan jelas bahwa olahraga dan

kemasan tontonan akan mampu menantik semangat patriotisme suatu bangsa. Patriotisme menjadi isu yang lekat dengan tontonan olahraga.

5. Standar tontonan

Ketika olahraga memasuki ranah komunikasi massa, disebarkan sebagai bagian budaya media, direproduksi dengan beragam bumbu kemasan maka standar tontonan berlaku. Kemasan tersebut harus memenuhi kaidah dan parameter yang telah ditentukan sehingga layak disebut sebagai sebuah tontonan. Sebuah balapan motor disebut sebagai tayangan internasional jika memenuhi standar tontonan yang ditentukan oleh federasi balap internasional. Standar meliputi jenis dan spesifikasi motor, kualifikasi pembalap, kualifikasi sirkuit, sponsor dan parameter lain yang telah ditentukan.

Sepakbola bisa diekspor ke berbagai Negara jika memenuhi standar kualitas tontonan yang ditentukan. Kualitas pemain, kualitas lapangan, fanatisme penonton, perangkat pertandingan dan jalannya pertandingan akan menentukan apakah sebuah liga sepakbola layak dijual atau tidak.

C. Implikasi Studi

Muncul sebuah wacana, mengembalikan olahraga dalam kesejatiannya sebagai aktifitas manusia atau tetap membiarkannya sebagai tontonan masyarakat. Diskusi tentang kedua kondisi tersebut tidak menghasilkan sebuah konklusi yang menggambarkan kemajuan dalam proses diskusi. Pada kenyataannya olahraga sebagai sebuah tontonan tetaplah mendominasi wacana dan berimplikasi pada praktik olahraga dalam kehidupan masyarakat.

Sebagai contoh seroang anak yang rajin berolahraga semenjak kecil akan menghadapi dua kemungkinan. *Pertama*, orang tua akan mendukungnya secara penuh karena melihat bakat dan potensinya sebagai seroang atlit. Bahkan orang tua secara sukarela memfasilitasi anak untuk berkembang di bidang olahraga. Memasukkan anak ke sekolah sepakbola (SSB), sekolah tenis, sekolah sepeda roda dan beragam dukungan lainnya. Artinya mereka melihat bahwa olahraga akan menjadi jalan bagi masa depan anak-anaknya. Disini nampak bahwa pertimbangan ekonomi dari orang tua lebih kuat daripada sisi kemanfaatan olahraga bagi anak-anaknya. Dalam benak orang tua muncul harapan bahwa dengan memasukan anaknya ke SSB maka suatu hari mereka akan

melihat kehidupan ekonomi anaknya seperti Ronaldo, Lionel Messi dan idola sepakbola dunia lainnya. Jika tidak sampai menjadi idola di level internasional, setidaknya anak-anak mereka akan menjelma menjadi idola sepakbola local layaknya anggota TIMNAS U-19 yang sekarang sedang harum namanya. Ketika anaknya tertarik ke dunia balap motor, maka standar orang tua adalah pertanyaa, dapatkah kamu menjadi seperti Valentino Rossi atau Doni Tata atau idola yang lain. Jika mereka melihat bakat anaknya mampu memenuhi standar balap maka mereka akan mendukung. Tontonan dan konsumsi terus-menerus dari orang tua telah melahirkan sebuah standar dalam memandang olahraga. Ketika olahraga yang ditekuni anaknya menjelma seperti apa yang mereka lihat di layar kaca, maka itulah olahraga yang sesungguhnya. Anak-anak mereka harus mencapai tahapan tersebut sehingga olahraga bukan lagi sekedar aktifitas menyehatkan fisik tetapi sebuah standar tontonan yang harus dipenuhi oleh anak-anak mereka.

Kedua, jika anak-anak mereka tidak mampu untuk mencapai standar tontonan olahraga maka mereka tidak akan mendukung atau mengarahkan anaknya untuk menekuni bidang lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktek olahraga bukanlah sekedar olah tubuh yang bermanfaat bagi kesehatan melainkan telah menjelma menjadi sebuah hukuman social bagi mereka yang tidak mampu mencapai standar tersebut. Seorang anak misalnya yang memiliki ketertarikan terhadap suatu olahraga tertentu dan dia mencintai olahraga tersebut harus melihat kembali bakat dan kemampuan yang ada pada dirinya. Meskipun berlatih akan membuat seseorang ahli, tetapi kita tidak memungkirinya kalau bakat fisik yang dimiliki seseorang akan berpengaruh besar terhadap kemampuannya di bidang olahraga. Jika mereka tidak memiliki bakat dan bekal fisik yang cukup maka hukuman social menghadang di depan mata. Ungkapan, seperti “buat apa menekuni olahraga, toh kamu tidak akan jadi atlit”, “ganti saja bidang lain yang bisa menjadi masa depanmu, jangan bidang olahraga”, “gak punya bakat kok nekat, paling nanti jadi penggembira saja” dan ungkapan sejenis akan selalu menghadang di depan mata. Bahkan untuk sekedar mencintai dan menekuni sebuah bidang olahraga saja kita harus berhadapan dengan hukuman social secara verbal. Orang tua biasanya juga cenderung untuk mengarahkan anaknya menekuni bidang lain seperti akademik atau wirausaha yang bisa menjadi jalan masa depan anak-anaknya. Orang tua bisa berkata “olahraganya buat iseng aja, yang penting tubuhnya bisa bergerak, sekolahnya yang

pintar biar bisa menjadi jalan masa depanmu”. Jika anak memberikan perhatian dan menunjukkan kecintaannya pada olahraga sementara dia tidak memiliki bakat yang cukup maka orang tua cenderung melarang atau setidaknya tidak memberikan dukungan optimal.

Selain kedua kondisi tersebut, olahraga dalam kemasannya masyarakat tontonan juga mereduksi beragam nilai-nilai luhur yang terkandung dalam olahraga. Nilai sportifitas, persahabatan, kompetisi yang sehat, kejujuran, keuletan direduksi melalui standar tontonan. Praktik penggunaan doping dalam beragam pementasan olahraga menunjukkan hal tersebut. Untuk mencapai prestasi terbaik dibidang olahraga manusia menghalalkan segala cara, termasuk menggunakan obat terlarang untuk menstimuli kemampuan atlet. Disini nampak bahwa nilai kejujuran dan kompetisi yang sehat sudah tidak ada lagi. Liga Serie A Italia pernah mengalami skandal Calciopoli yang melibatkan klub-klub besar yang berkompetisi di ajang tersebut. AC Milan, Juventus, Fiorentina, Reggina, dan Lazio dianggap terlibat dalam skandal tersebut. Klub besar seperti Juventus yang menjadi langganan Scudetto (juara Serie A) dan Direktur Umumnya Luciano Moggi tidak lepas dari skandal ini. Calciopoli adalah skandal pengaturan pertandingan yang melibatkan klub, pemain, aparat pertandingan, pemilik klub dan lainnya. Siapa yang akan menjadi juara, berapa skor pertandingan diatur sedemikian rupa. Skandal yang terungkap pada tahun 2006 ini menunjukkan bagaimana wajah olahraga saat ini. Nilai sportifitas, kompetisi yang jujur, nampaknya hanya menjadi slogan ketika segala cara ditempuh untuk mencapai prestasi.

Nilai lain yang juga tereduksi dalam tontonan olahraga adalah persahabatan, dan persaudaraan. Fanatisme pendukung sebuah klub olahraga ternyata melahirkan sisi negative permusuhan tiada akhir. Wajah sepakbola Indonesia bisa menjadi contoh. Fanatisme supporter klub melahirkan bentrokan ketika pertandingan, menimbulkan kengerian ketika perhelatan sepakbola, sehingga menimbulkan apatisme masyarakat terhadap sepakbola. Olahraga sejuta umat yang semestinya bisa menjadi jembatan persaudaraan antar manusia ternyata justru melahirkan permusuhan terus-menerus. Sebagian rakyat Inggris tentunya masih marah dengan “gol tangan Tuhan” Maradona sehingga mereka kalah diajang Piala Dunia. Di Negara-negara yang penuh dengan konflik berkepanjangan seperti Irak, Palestina, Afghanistan dan Negara-negara di

Afrika, sepakbola dianggap bisa menjadi jembatan bagi persatuan bangsa. Menghilangkan perbedaan dan menyatukan mereka di lapangan hijau. Pada kenyataannya kondisi ini hanya berlaku sesaat, ketika acara olahraga selesai mereka kembali pada keadaan semula. Tentunya olahraga tidak bisa dijadikan sebagai kambing hitam konflik manusia, namun reduksi semangat persaudaraan dan persahabatan dalam praktek olahraga dapat dirasakan.

Ketertarikan individu terhadap suatu bidang termasuk olahraga sejatinya adalah kewajaran. Tidak semestinya kita memberikan hukuman social kepada mereka yang menekuni bidang tersebut meskipun tidak memiliki bakat yang cukup. Standar tontonan dalam olahraga telah mendefinisikan siapa yang berhak menjadi olahragawan dan siapa yang meninggalkan bidang ini karena tidak memiliki bakat yang cukup. Standar masyarakat tontonan telah menggiring manusia pada suatu criteria khusus tentang kelaikan sebuah praktik olahraga. Aktifitas yang bermanfaat bagi fisik manusia ini telah berubah menjadi momok yang siap menerkam mereka yang tidak memiliki standar tontonan yang memadai.

Mengembalikan kembali olahraga dalam definisi sederhana tentang kemanfaatannya mungkin hanya sekedar utopia harapan. Setidaknya dalam masyarakat tontonan yang semakin mengagungkan standar tontonan dan mereduksi semangat olahraga kita berharap ada jalan lain, ada kemanfaatan yang lebih besar bagi umat manusia. Dialog ini semoga bisa kita kembangkan dalam perdebatan *sport communication*. Sejauh mana kajian ini mampu membuka dialog kearah lebih baik bagi olahraga bagi kehidupan manusia.

Daftar Pustaka

“Culture Studies, Media Spectacle, Election 2004”, ditulis oleh Douglas Kellner, dimuat di Journal InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies. InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies is produced by the Scholarship Repository and bepress. Volume 2 Issue 1, article 6 tahun 2006, dapat diunduh di <http://escholarship.org/uc/item/24p3h52t> dan <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/>
<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2008/06/27/19559/Tontonan.Nasionalisme.Melodrama>

Kellner Douglas, “Media Culture and the Triumph of the Spectacle”
<http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/mediaculturetriumphspectacle.pdf>

Kellner, Douglas, 1995, *Media Culture, Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*”, New York:Routledge: hal 1

Lukmantoro, Triyono “*Tontonan Nasionalisme Melodrama*” (Suara Merdeka:27 Juni 2008)

The Society Of The Spectacle” ditulis oleh Guy Debord, versi pdf dapat diperoleh secara online
http://www.antiworld.se/project/references/texts/The_Society%20Of%20The%20Spectacle.pdf