

PENGGUNAAN OLAHRAGA SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK JOKOWI

Salim Alatas, Vinnawaty Sutanto

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi ITKP, Jakarta

salim@itkp.ac.id; vinna@itkp.ac.id

ABSTRAK

Olahraga dan politik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Para politisi dan calon pejabat publik cenderung menggunakan olahraga untuk kepentingan komunikasi politik mereka. Para calon pejabat publik berharap dapat terhubung dan terlibat dengan calon pemilih, salah satunya adalah dengan menunjukkan diri mereka terlibat dan memiliki pengetahuan tentang olahraga. Seperti yang dilakukan Presiden Jokowi dengan memanfaatkan olahraga untuk kepentingan komunikasi politiknya. Penelitian ini ingin melihat secara lebih luas bagaimana penggunaan strategi kampanye presiden Jokowi secara lebih luas. Dengan demikian, masalah dalam penelitian ini Bagaimanakah Jokowi memanfaatkan olahraga sebagai bagian dari strategi komunikasi politik, serta dari strategi tersebut pesan-pesan apakah yang ingin disampaikan kepada – khususnya – pencinta olahraga dan kaum muda mengenai *image* Jokowi. Penelitian ini juga ingin melihat lebih jauh bagaimana citra dan substansi yang ditampilkan dalam komunikasi politik Jokowi terutama dalam konteks pemanfaatan olahraga, terutama mengenai wacana publik yang ingin disampaikan melalui olahraga. Pendekatan penelitian ini adalah Kualitatif dan tipe penelitian ini bersifat deskriptif. Dengan melakukan penelusuran kepustakaan (*library research*), penelitian ini ingin memberikan deskripsi atau gambaran tentang fenomena pemanfaatan olahraga sebagai strategi komunikasi politik Jokowi. Secara spesifik penelitian ini juga ingin mendeskripsikan bagaimana hubungan olahraga dengan politik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Jokowi cukup aktif dalam memanfaatkan olahraga sebagai bagian dari komunikasi politik. Setidaknya ada 4 strategi yang digunakan oleh Jokowi dan tim kampanyenya dalam menggunakan olahraga sebagai komunikasi politik, yaitu : melalui kebijakan-kebijakan (*public policy*) untuk meningkatkan prestasi olahraga, melalui pertandingan olahraga, mengenakan fashion olahraga dan menampilkan aktifitas olahraga.

Kata Kunci : *olahraga, komunikasi politik, pesan politik.*

Pendahuluan

Olahraga dan politik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Sudah sejak lama para ilmuwan sosial mengklaim bahwa olahraga dan politik selalu memiliki hubungan yang intim (*an intimate relationship*). Bagi politisi, olahraga adalah alat (*tools*) yang populer untuk dapat menarik massa dalam jumlah yang sangat besar, suatu hal yang sulit dijangkau oleh institusi sosial lainnya. Karena itu, dalam pandangan Danyel Reiche (2014 : 2), sektor olahraga adalah platform yang sempurna untuk mentransmisikan

pesan ke publik, misalnya melawan rasisme atau untuk gaya hidup sehat. Disamping itu, menurut Reiche, olahraga juga merupakan 'candu bagi massa' (*opiate of the masses*), cocok untuk mengalihkan perhatian publik dari isu-isu lain, terutama jika keputusan tidak populer dibuat.

Dalam banyak sekali kajian akademis, dikatakan bahwa olahraga selalu menjadi target untuk kepentingan politik dari berbagai jenis kelompok dan afiliasi politik. Bahkan, sejak kemunculan olahraga modern, para pemimpin politik telah melihat potensi untuk menjadikan olahraga sebagai bagian dari politik, atau dalam bahasa yang lebih singkat disebut sebagai “olahraga politik”.

Olahraga juga diyakini memiliki banyak peran dalam membangun sebuah bangsa dan negara. Pemerintahan dibanyak negara, atas nama kepentingan bangsa, telah banyak berinvestasi dalam bidang olahraga, termasuk membangun infrastruktur media komunikasi untuk menyiarkan olahraga. Cara ini sangat efektif; ketika olahraga dapat berkontribusi pada pembangunan bangsa. Ada banyak infrastruktur dibangun untuk kepentingan olahraga, yang pada akhirnya dapat berfungsi untuk kepentingan publik yang lebih luas. Dengan demikian, dalam konteks ini, pemerintahan suatu negara memang sangat berkepentingan terhadap olahraga, terutama dalam kaitannya dengan pembangunan.

Dalam banyak hal, olahraga juga sering diklaim sebagai ‘pengganti perang’. Olahraga bahkan telah secara lebih jauh berfungsi sebagai representasi simbolis dari bentuk non-kekerasan, bentuk non-militer dari persaingan antar negara (David Rowe, 2004 : 22). Gagasan mengenai representasi simbolis ini dibentuk berdasarkan ide bahwa olahraga dapat menggantikan perang dalam ‘melancarkan agresi’ antar negara dengan cara yang relatif tidak berbahaya.

Olahraga juga digunakan oleh para pemimpin politik sebagai bagian dari strategi untuk mempublikasikan atau mengkampanyekan tentang diri mereka ataupun gagasan politik mereka kepada publik. Oleh karena itu, para politisi maupun pejabat publik menggunakan olahraga sebagai komunikasi politik untuk mencapai tujuan-tujuan mereka. Brian Mc.Nair dalam bukunya *Introduction to Political Communication*, menyebutkan bahwa komunikasi dalam konteks politik dicirikan dengan intensionalitasnya yaitu sebagai sebuah bentuk komunikasi yang disengaja untuk tujuan

politik. Komunikasi politik dalam konteks ini dapat dikatakan sebagai semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. (Mc.Nair, 2003 : 4)

Para politisi dan calon pejabat publik cenderung menggunakan olahraga untuk kepentingan komunikasi politik mereka. Para calon pejabat publik berharap dapat terhubung dan terlibat dengan calon pemilih, salah satunya adalah dengan menunjukkan diri mereka terlibat dan memiliki pengetahuan tentang olahraga (Curry, 2012 : 9). Melalui olahraga, komunikasi politik mereka akan menjangkau massa dalam jumlah yang sangat besar, disamping itu para penggemar olahraga (*fans*) memiliki karakteristik yang cenderung fanatik terhadap klub olahraga tertentu. Dengan memanfaatkan olahraga sebagai media komunikasi politik, mereka berharap dapat menarik para *fans* untuk mendukung mereka dalam pemilihan.

Meskipun pemanfaatan olahraga sebagai alat atau media komunikasi politik telah menjadi lumrah dan biasa digunakan oleh hampir semua pemimpin politik dan pejabat publik, namun hingga saat ini tetap terjadi semacam perdebatan publik mengenai hal tersebut.

Menurut Cornel Sandvoss (2007 : 58), setidaknya terdapat dua kutub yang saling bertentangan mengenai hal ini. Dikutub yang pertama menyatakan bahwa wacana politik merupakan ranah publik yang seharusnya terlindung dari persoalan privat. Kelompok ini memandang bahwa olahraga merupakan kegiatan pribadi yang harus dilakukan dan dikonsumsi dalam lingkup yang tidak tercemar oleh hal-hal lain dari debat publik, sehingga dalam konteks ini mereka menolak politisasi olahraga. Sementara dikutip yang lainnya, menganggap bahwa olahraga telah memainkan peran penting dalam politik, dan dengan demikian, suatu hal yang wajar mengaitkan olahraga dengan politik, dan menggunakan olahraga untuk kepentingan komunikasi politik merupakan hal yang tidak terhindarkan.

Perdebatan publik yang terjadi berkaitan dengan pemanfaatan olahraga dalam komunikasi politik, serta dua kelompok yang saling bertentangan sebagaimana dikemukakan oleh Cornel Sandvoss dalam artikelnya "*Public Sphere and Publicness: Sport Audiences and Political Discourse*" memiliki kemiripan dengan konteks politik yang terjadi di Indonesia. Diantara perdebatan yang cukup menyita perhatian publik

adalah ketika pada pembukaan Asian Games 2018 Presiden Joko Widodo Presiden RI menampilkan aksi naik sepeda motor sampai ke panggung acara pembukaan. Aksi tersebut merupakan bagian dari seremoni pembukaan Asian Games yang ditampilkan melalui tayangan video yang diputar pada acara pembukaan.

Dalam video berdurasi sekitar 5 menit tersebut, Presiden Jokowi digambarkan sedang melakukan perjalanan dari istana Bogor menuju Gelora Bung Karno, tempat berlangsungnya acara pembukaan Asian Games 2018. Menaiki mobil RI-1, Jokowi menuju SUGBK dengan kawalan ketat Paspampres. Dia sempat melewati jembatan Semanggi, Jakarta dan terjebak macet. Dalam keadaan terjebak macet kemudian Jokowi memiliki inisiatif untuk mempercepat perjalanan dengan memberikan kode kepada Paspampres. Jokowi kemudian turun dari mobil dan menggunakan sepeda motor milik Paspampres. Dalam keadaan mengendarai sepeda motor, Jokowi kemudian melakukan aksi teatrikal dengan melompat melewati mobil dan melakukan aksi-aksi berbahaya layaknya aksi “*free style*” yang biasa dilakukan oleh para profesional.

Ketika melakukan aksi tersebut, Presiden Jokowi dibantu oleh pemeran pengganti (*stuntman*) yang menggantikannya ketika harus melakukan adegan berbahaya, seperti melompat tinggi melewati beberapa mobil. Aksi-aksi seperti ini memang dilakukan oleh aktor/aktris utama profesional yang memang terbiasa dengan adegan-adegan berbahaya, seperti melompat dari satu gedung ke gedung yang lain, ditembakkan dari sebuah meriam dan hal-hal sejenisnya.

Aksi Presiden Jokowi di *Opening Ceremony* Asian Games Jakarta-Palembang 2018 jadi sorotan banyak pihak, bukan hanya dari dalam namun juga dari luar negeri. Aksi ini kemudian menjadi kontroversi dan menjadi perbincangan publik selama beberapa pekan, menghiasi bukan hanya media massa bahkan sempat menjadi *trending topic* di media sosial. Ada yang pro dan kontra dengan apa yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dalam aksi tersebut.

Perdebatan yang terjadi pasca aksi tersebut memang memiliki kemiripan dengan apa yang diungkapkan oleh Cornel Sandvoss dalam artikelnya tersebut. Namun demikian, terlepas dari kontroversi dan perdebatan tersebut, apa yang dilakukan oleh Presiden Jokowi merupakan sebuah bentuk komunikasi politik yang dilakukan secara sadar untuk mencapai tujuan politik tertentu (Mc.Nair, 2003 : 4). Penggunaan olah raga

dalam strategi komunikasi politik presiden Jokowi tentu berkaitan dengan pemilihan Presiden 2019 yang akan datang. Apalagi saat ini Jokowi yang berdampingan dengan Ma'ruf Amin telah ditetapkan oleh komisi pemilihan umum (KPU) sebagai calon presiden yang akan berhadapan dengan Prabowo Subianto yang berdampingan dengan Sandiaga Uno.

Penelitian ini akan melihat secara lebih luas bagaimana penggunaan strategi kampanye presiden Jokowi secara lebih luas. Karena dari beberapa pengamatan dapat disimpulkan bahwa Jokowi menjadi salah satu kontestan yang seringkali menggunakan olahraga sebagai bagian dari strategi komunikasi politiknya. Dengan demikian, masalah dalam penelitian ini Bagaimanakah Jokowi memanfaatkan olahraga sebagai bagian dari strategi komunikasi politik, serta dari strategi tersebut pesan-pesan apakah yang ingin disampaikan kepada – khususnya – pencinta olahraga dan kaum muda mengenai *image* Jokowi. Penelitian ini juga ingin melihat lebih jauh bagaimana citra dan substansi yang ditampilkan dalam komunikasi politik Jokowi terutama dalam konteks pemanfaatan olahraga, terutama mengenai wacana publik yang ingin disampaikan melalui olahraga.

Kerangka teori dan konsep

Komunikasi politik : antara citra dan substansi

Politik adalah sebuah fenomena yang terikat erat dengan proses komunikasi karena profesi politisi adalah pekerjaan yang sangat sosial (komunikatif), yaitu sebuah profesi yang membutuhkan peran-peran komunikatif diantara elemen masyarakat ataupun antara pimpinan politik dan pemerintahan dengan masyarakat. Terjun kedalam dunia politik, dengan demikian, harus terlibat dengan peran-peran yang melibatkan komunikasi, baik secara langsung ataupun tidak. Seperti misalkan politisi terlibat dalam diskusi tatap muka langsung, atau mungkin komunikasi yang dimediasi melalui perantara seperti utusan, juru bicara ataupun melalui jurnalis.

Komunikasi politik menurut Eric Louw dalam buku "*The Media and Political Process*", adalah sebuah fenomena yang multi dimensi (*multi-dimensional*) dan multi bentuk (*multi-form*). Dengan kata lain, menurut Louw, memiliki spektrum kemungkinan komunikatif yang tidak terbatas. Komunikasi politik, misalkan, mencakup bukan hanya pidato politik, namun juga bahasa tubuh politisi, juga bahasa tertulis (*memoranda*), rilis

media dan termasuk dalam konteks ini adalah kekerasan politik, yang dapat memiliki kemungkinan spektrum komunikatif, dan dengan bisa dikatakan sebagai komunikasi politik. (2005 : 17)

Komunikasi politik, sebagian besar adalah komunikasi yang dimediasi, ditransmisikan melalui media cetak dan elektronik, maupun media-media lainnya (Lihat Mc.Nair, 2011 : 27). Termasuk dalam bentuk komunikasi politik ini, menurut Louw, pembuatan kesepakatan satu lawan satu dengan rekan / sekutu; bernegosiasi dengan lawan; membuat janji untuk memenangkan dukungan; membuat ancaman (seringkali hanya implisit) bahwa melanggar aturan akan dikenakan sanksi (misalnya penjara); dan mengancam, atau melepaskan, paksaan dan kekerasan. Untuk menjadi sukses, seorang politisi harus menguasai repertoar kemungkinan komunikatif ini dan belajar untuk menyebarkan bentuk komunikatif yang sesuai dengan tantangan yang dihadapi.

Komunikasi Politik dapat dipahami menurut berbagai cara. McQuail (dalam Pawito, 2009 : 2) misalnya, mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan “*all process of information (including facts, opinions, beliefs, etc) transmission, exchange and search engaged in by participants in the course of institutionalized political activities*”. Pandangan demikian, menurut Pawito, membersitkan beberapa hal penting: komunikasi politik menandai keberadaan dan aktualisasi lembaga-lembaga politik, komunikasi politik merupakan fungsi dari sistem politik, dan komunikasi politik berlangsung dalam suatu sistem politik tertentu.

Konsep komunikasi partai politik ditentukan oleh hubungan kepada pemilih dan perilaku pemilih (Foster, 2010 : 4). Brian McNair (2011 : 3) mengatakan bahwa Setiap buku tentang komunikasi politik harus mulai dengan mengakui bahwa istilah ini telah terbukti sangat sulit didefinisikan dengan presisi apapun, hanya karena kedua komponen frase tersebut dengan sendirinya terbuka untuk berbagai definisi, yang lebih luas. Denton dan Woodward (dalam McNair, 2011 : 3) misalnya, menyediakan satu definisi komunikasi politik sebagai sebuah diskusi murni (*pure discussion*) mengenai alokasi sumber daya publik (pendapatan), otoritas resmi (yang diberi kuasa untuk membuat keputusan hukum, legislatif dan eksekutif), dan sanksi. Definisi ini mencakup retorika politik verbal dan tertulis, namun bukan tindakan komunikasi simbolik yang sangat penting untuk menumbuhkan pemahaman tentang proses politik secara keseluruhan.

Brian Mc. Nair dalam bukunya "*Introduction to Political Communication*" (2011 : 4) mendefinisikan komunikasi politik dengan beberapa cara :

1. Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk tujuan mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi yang ditujukan kepada aktor-aktor politik oleh non-politisi seperti pemilih dan kolumnis surat kabar
3. Komunikasi tentang aktor-aktor ini dan kegiatan mereka, sebagaimana tercantum dalam laporan berita, editorial, dan bentuk-bentuk diskusi media lainnya tentang politik.

Singkatnya, menurut Mc. Nair (2011 : 4) komunikasi politik mencakup juga tentang wacana politik. Dengan demikian, komunikasi politik, bukan hanya pada pernyataan verbal pernyataan verbal atau tertulis, tetapi juga sarana visual penandaan seperti pakaian, make-up, gaya rambut, dan desain logo, yaitu semua elemen komunikasi yang mungkin dikatakan merupakan 'citra' atau identitas politik.

Dewasa ini menurut Ibnu Hamad (2004 : 22) di satu sisi, politik berada di era mediasi (politics in the age of mediation); di sisi lain peristiwa politik, tingkah laku dan pernyataan para aktor politik, bersifat rutin, selalu mempunyai nilai berita sehingga banyak diliput oleh media massa. Liputan politik juga cenderung lebih rumit ketimbang reportase bidang kehidupan lainnya. Pada satu pihak, liputan politik memiliki dimensi pembentukan pendapat umum (public opinion), baik yang diharapkan oleh para politisi maupun oleh para wartawan. Karenanya, menurut Hamad, berita politik bisa lebih dari sekadar reportase peristiwa politik, tetapi merupakan hasil konstruksi realitas politik untuk kepentingan opini publik tertentu. Dalam komunikasi politik, aspek pembentukan opini inilah yang justeru menjadi tujuan utama, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik.

Dalam konteks demokrasi liberal, sebuah politik pemerintahan senantiasa melibatkan melibatkan aturan yang mengatur persaingan untuk mendapatkan akses ke kekuasaan, berpegang padanya dan menggunakannya untuk mencapai hasil-hasil untuk tujuan tertentu. Didalam demokrasi liberal, untuk bisa memperoleh mendapatkan kekuasaan harus dengan memenangkan pemilihan. Ini mengharuskan politisi

membujuk sejumlah besar orang untuk memilih mereka, yang berarti terlibat dalam permainan manajemen tayangan.

Persoalannya kemudian, untuk bisa memenangkan pemilihan, menurut Eric Louw (2005 : 17) , seorang aktor politik harus membuat pengelolaan kesan (*impression management*) melalui media massa. Hal ini dikarenakan, politisi maupun organisasi politik harus memastikan mereka bisa menarik perhatian para pemilih potensial; mempertahankan perhatian mereka; dan menyampaikan pesan yang efektif dalam kerangka waktu tertentu. Dimensi politik ini berkaitan dengan pembuatan citra, pembuatan mitos, dan sensasi (*hype*), yang diarahkan pada audiens massa yang sering hanya sedikit tertarik pada politik dan sebagiannya malah memilih menjadi warga negara yang pasif.

Namun demikian, politik bukan hanya pada soal manajemen kesan, pembentukan citra dan pembuatan sensasi serta mitologi, namun ada dimensi lain yang jauh lebih penting, yaitu tentang substansi; bahwa politik selalu – dan harus selalu – melibatkan pembuatan kebijakan substantif. Politisi yang berhasil harus belajar bekerja secara simultan dalam dua dimensi politik yang berbeda ini (antara citra dan substansi), dan keduanya harus dikoordinasikan. (Louw, 2005 : 17)

Seringkali komunikasi politik terjebak pada apa yang disebut oleh Louw sebagai ‘hype’, yaitu komunikasi politik hanya ditujukan untuk sekadar pengelolaan kesan, sensasi dan pembentukan citra. Para pembuat ‘hype’ sejatinya sadar bahwa mereka menciptakan publisitas yang salah, berpura-pura, atau menipu. Oleh karena itu, pembuat sensasi profesional (misalnya spin-doctor) dianggap sebagai 'penipu yang percaya diri' (*confidence tricksters*) yang terlibat dalam dengan sengaja menipu pemirsa untuk menguntungkan diri mereka sendiri atau orang yang mempekerjakan mereka.

Untuk melakukan itu semua para kontestan tidak bekerja sendiri, mereka memanfaatkan konsultan kampanye (*electioneer*) profesional untuk mengemas atau merekayasa citra. Para *electioneer* ini tidak hanya direkrut dari dalam negeri, banyak partai politik “gemuk” yang menggunakan konsultan dari mancanegara. Menurut Dedy Nur Hidayat, dalam *Amerikanisasi Industri Kampanye Pemilu* (2004), kelompok *electioneer* profesional inilah yang sebenarnya berperan sebagai elit kekuasaan baru dalam proses mengonstruksi salah satu elemen penting budaya berdemokrasi di tanah

air. Jadi tidak berlebihan jika dikatakan bahwa dunia politik kontemporer sangat menggantungkan dirinya pada keberadaan teknologi pencitraan (kampanye, iklan, publikasi) dalam membentuk pencitraan politik dan politisi.

Dalam konteks olahraga dan politik, diskusi mengenai citra (*hype*) dan substansi juga mengemuka. Perdebatan mengenai citra dan substansi dapat dilihat sebagai sebuah ‘pertarungan’ wacana publik antara pihak yang menganggap bahwa seharusnya komunikasi politik Presiden tidak hanya menampilkan citra dan sensasi, namun yang jauh lebih penting, sebagai seorang kepala negara presiden seharusnya menggunakan olahraga dengan cara yang substansial dan memuat diskursus publik.

Hubungan Olahraga Dengan Politik

Sebagaimana telah dikemukakan diawal tulisan ini, olahraga dan politik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Sudah sejak lama para ilmuwan sosial mengklaim bahwa olahraga dan politik selalu memiliki hubungan yang intim (*an intimate relationship*). Nafas politik dalam perkembangan olahraga telah melekat sangat kuat dalam sejarah perkembangan olahraga.

Sepakbola, sebagai salah satu olahraga paling populer di muka bumi, telah menjadi alat mesin politik yang digunakan oleh para penguasa politik pada zamannya. Adolf Hitler, misalkan, telah menggunakan sepak bola sebagai mesin politik untuk membangkitkan semangat rakyat Jerman yang terpuruk krisis ekonomi pada 1930-an agar bangkit dari keterpurukan. Pada akhirnya, dengan didukung, berbagai mesin politik lainnya, rakyat Jerman berhasil bangkit dari keterpurukan sebagai akibat dari kekalahan dalam perang dunia pertama (Junaedi, 2011 : 266). Sebagaimana diungkapkan oleh Junaedi, di Spanyol pada masa perang saudara tahun 1936 sampai dengan 1939, Jendral Franco yang berkuasa menjadikan sepak bola sebagai media untuk memperkuat posisinya. Jendral Franco pada saat itu memanfaatkan Real Madrid untuk mempertahankan kekuasaan politiknya

Sepakbola juga telah banyak digunakan oleh para pemimpin politik untuk menjadi semacam ‘pengganti perang’, dan telah menjadi representasi simbolis dari persaingan negara tanpa kekerasan dan tanpa kekuatan militer (David Rowe, 2004 : 22). Pertandingan-pertandingan olahraga kemudian digunakan untuk sebagai kekuatan untuk

persatuan nasional. Sebagaimana yang dilakukan oleh Inggris, melalui penyiaran publiknya BBC, yang pertama memelopori penggunaan acara olahraga sebagai festival kebangsaan, untuk merayakan nasionalisme mereka sebagai sebuah bangsa. (Rowe, 2004 : 23)

Mengikuti kesuksesan Inggris memanfaatkan olahraga sebagai media pemersatu bangsa, negara-negara lain dengan cepat mengikuti dan memanfaatkan momentum pertandingan olahraga besar sebagai kekuatan pemersatu serta untuk membangkitkan semangat nasionalisme. Sehingga momen-momen olahraga besar seperti Super Bowl di AS, Melbourne Cup di Australia, Final Piala FA di Inggris, Hockey Night di Kanada dan acara olah raga yang disorot oleh media global seperti Olimpiade dan Piala Dunia sepak bola, telah menjadi pesta pora nasionalisme dan komodifikasi (Rowe, 2004 : 23).

Olahraga juga seringkali dihubungkan dengan implelementasi dan kepentingan konsumen yang tak pernah puas dalam olahraga mengubah popularitas karena kegiatan olahraga menjadi sarana yang nyaman untuk pelaksanaan tujuan politik. Mempopulerkan olahraga dalam kondisi kontemporer membutuhkan demokrasi. Itulah mengapa minat dalam olahraga diperlakukan, sebagai ekspresi dari implementasi prinsip-prinsip demokrasi. Sebagaimana diungkapkan oleh M.J. Saraf (1977 : 97) karena ada kepentingan tertentu yang mengubah popularitas dalam olahraga menjadi sarana yang nyaman untuk pelaksanaan tujuan politik.

Dengan demikian, dalam pandangan Saraf (1977 : 97), popularitas olahraga kontemporer membutuhkan demokrasi. Itulah mengapa minat dalam olahraga diperlakukan sebagai ekspresi dari implementasi prinsip-prinsip demokrasi. Asalkan diatur dengan benar, pertandingan olahraga bisa menjadi faktor penting bagi konsolidasi demokrasi dan dapat membangkitkan persatuan nasional masyarakat.

Presiden Nixon pada masa pemilihan tahun 1972, ketika itu dia baru saja dicalonkan kembali untuk ikut kontestasi calon Presiden. Pada saat itu Nixon sedang mencari cara-cara baru untuk berhubungan dengan calon pemilih. Presiden Nixon dan penasehatnya kemudian menemukan bahwa salah satu cara efektif untuk mendekati calon pemilih adalah melalui olahraga. Nixon dan penasehatnya berasumsi bahwa dengan terjun ke dunia olahraga akan membuatnya berhubungan dengan sekelompok pemilih potensial yang mungkin tidak tertarik dengan dunia politik, tetapi suka

olahraga. Dalam beberapa bulan kemudian, melalui strategi ini, Presiden Nixon kembali memenangkan pemilihan presiden secara telak atas George McGovern. Para peneliti kemudian menyimpulkan, bahwa keterlibatan Nixon dalam olahraga terbukti bermanfaat dalam pemilihan dan memiliki efek positif pada pemilih. (Lihat Curry, 2012 : 6)

Dalam konteks Indonesia, Presiden Soekarno dapat dikatakan berhasil dalam memanfaatkan momentum untuk kegiatan politik. Ketika itu, pada 1962, Indonesia menjadi tuan rumah dari perhelatan akbar olahraga antar bangsa-bangsa se-Asia, Asian Games. Indonesia merupakan tuan rumah keempat setelah India (1951), Filipina (1954), dan Jepang (1958). Pada saat itu, Indonesia yang masih tergolong sangat muda, memanfaatkan pesta olahraga sebagai momentum untuk menguatkan peran negara di mata dunia sekaligus menjadi reformasi kebudayaan bagi rakyatnya. Konteks olahraga pada masa itu adalah bagaimana meningkatkan harga diri bangsa dihadapan bangsa-bangsa lain, dan menjadi suatu pesan bahwa Indonesia yang belum lama lepas dari belenggu penjajahan, telah tumbuh menjadi negara yang kuat dan mandiri.

Dalam konteks kontestasi pemilihan umum, pemanfaatan olahraga dalam komunikasi politik juga dilakukan oleh beberapa aktor-aktor politik yang terlibat. Pada tahun 2009, misalkan, Jusuf Kalla yang pada saat itu mengikuti kontestasi pemilihan presiden menggunakan Ponaryo Astaman dan Bambang Pamungkas sebagai bintang untuk iklan politiknya. Dalam iklan bertajuk “Juara Kompetisi” tersebut sosok Bambang Pamungkas dan Ponaryo Astaman, dua pemain bintang tim nasional pada masa itu, digunakan untuk menampilkan kesan Jusuf Kalla yang “lebih cepat, lebih baik”. Digunakannya dua bintang sepakbola tersebut didasarkan pada kemampuan keduanya yang sanggup menciptakan gol secepat-cepatnya, suatu citra yang dilekatkan pada Jusuf Kalla. (Lihat Junaedi, 2011 : 278)

Beberapa aktor-aktor politik Indonesia, dengan caranya yang berbeda juga kerap kali memanfaatkan olahraga sebagai strategi komunikasi politik untuk mendulang suara pada pemilihan. Kenapa para aktor-aktor politik cenderung memanfaatkan olahraga sebagai strategi politik mereka? Dalam pandangan Alexander L. Curry salah satu jalan bagi para kandidat politik untuk meningkatkan elektabilitas mereka dimata pemilih, salah satunya, adalah dengan mencitrakan diri mereka dimata pemilih dengan

keterlibata dalam olahraga. Disamping itu, menurut Curry, olahraga tidak hanya membantu dalam menciptakan koneksi dengan pemilih dari berbagai tingkat keterlibatan politik dan olahraga, tetapi olahraga juga dapat berpengaruh pada pemilih yang berbeda gender, dan meningkatkan elektabilitas dan keterpilihan dalam pemilihan umum.

Keterlibatan olahraga dalam politik dapat dilihat dengan beberapa cara berbeda (lihat Curry : 2). keterlibatan olahraga digunakan sebagai cara untuk menunjukkan bahwa seorang kandidat politik memainkan olahraga atau menjadi penggemar olahraga. Dengan demikian, ketika Presiden Jokowi digambarkan sedang bermain basket dengan pakaian lengkap atau ketika Prabowo digambarkan sedang menonton pertandingan Silat dalam Asian Games, dapat dikatakan bahwa keduanya terlibat dalam olahraga, atau setidaknya melibatkan olahraga dalam politik.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah Kualitatif dan tipe penelitian ini bersifat deskriptif, karena tidak berupaya mencari hubungan sebab akibat (*causality*). Tidak ada status (independen, dependen, antecedent dan variabel lainnya) dalam variable-variabel yang digunakan. Penelitian ini hanya ingin memberikan deskripsi atau gambaran tentang fenomena pemanfaatan olahraga sebagai strategi komunikasi politik Jokowi.

Dengan melakukan penelusuran kepustakaan (*library research*), penelitian ini secara spesifik juga ingin mendeskripsikan bagaimana hubungan olahraga dengan politik, serta bagaimana hubungan olahraga dengan politik.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis melakukan penelusuran literatur yang berbentuk buku, makalah, maupun artikel-artikel yang terkait dengan tulisan yang dibahas pada penelitian ini.

Hasil Dan Pembahasan

Pemanfaatan olahraga oleh Jokowi dapat dikategorikan kedalam dua posisi : pertama, posisinya sebagai kepala negara. Dalam posisi ini Jokowi sebagai presiden merupakan komunikator politik yang menampilkan kepada publik sebuah bentuk komunikasi yang mewakili rakyat, pemerintah dan, bahkan, negara secara lebih luas.

Jadi ketika ia berbicara sebagai seorang presiden, sejatinya ia tidak berbicara atas nama dirinya, melainkan mewakili pemerintah dan negara.

Kemudian yang kedua, konteks pemanfaatan olahraga sebagai komunikasi politik yang dilakukan oleh Jokowi berkaitan dengan posisinya sebagai kontestan calon presiden dalam pemilihan tahun 2019, yang akan berhadapan dengan Prabowo Subianto. Dalam konteks ini komunikasi politik Jokowi tentu mewakili dirinya sebagai kontestan, serta tim kampanye yang telah dibentuk termasuk calon wakil presiden yang akan mendampingi Jokowi, Ma'ruf Amin.

Namun demikian, dengan mengacu kepada dua tipologi diatas, sejatinya memang tidak mudah memisahkan antara Jokowi sebagai seorang presiden dan seorang kontestan calon presiden. Dengan didalam Jokowi melekat kedua posisi. Hal ini diperkuat dengan pernyataan ketua KPU Arief Budiman, yang dimuat dibanyak media daring. Arief menyatakan bahwa meskipun dia merupakan calon presiden yang akan bertarung dalam pemilihan umum, namun ada beberapa fasilitas negara yang melekat pada presiden Jokowi selama masa kampanye. Salah satunya, kata dia, adalah pesawat presiden, serta beberapa fasilitas negara lain sepanjang masuk kategori yang disebut melekat itu boleh digunakan. Bahkan hal tersebut, telah diatur dalam u Menurut Arief, penggunaan fasilitas negara oleh presiden saat masa kampanye memang diperbolehkan. Hal itu, kata dia telah diatur dalam Undang-undang dan peraturan presiden. Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, Pasal 305 telah mengatur tentang fasilitas negara yang melekat pada presiden saat masa kampanye. Fasilitas tersebut menyangkut pengamanan, kesehatan, dan protokoler yang dilakukan sesuai dengan kondisi lapangan secara profesional dan proporsional.

Dengan demikian, memang cukup sulit untuk memisahkan Jokowi sebagai Presiden Indonesia dan Jokowi sebagai calon presiden. Maka tidak mengherankan jika keduanya bisa saling beriringan. Ketika Jokowi melakukan komunikasi politik dalam kapasitasnya sebagai presiden, maka bisa jadi ia juga sedang berkomunikasi dengan para calon pemilih dalam kapasitasnya sebagai calon presiden.

Secara umum pemanfaatan olahraga sebagai strategi komunikasi politik oleh Jokowi dilakukan melalui cara-cara berikut :

Melalui kebijakan-kebijakan (public policy) untuk meningkatkan meningkatkan prestasi olahraga

Dalam pemerintahannya, Jokowi tengah mengkaji beberapa kebijakan publik yang dapat meningkatkan prestasi olahraga. Kebijakan ini lantas diberitakan secara masif dimedia. Dalam pemberitaan tersebut ada kecenderungan pemberitaan yang positif bahwa Jokowi memiliki '*political will*' untuk meningkatkan prestasi olahraga di Indonesia.

Dalam pemberitaan di detik.com (Sabtu, 04 Agustus 2018, 15.33 WIB), ditampilkan *headline* berita berjudul "Jokowi Kaji Wacana BUMN Kelola Olahraga Agar Berprestasi". Dalam artikel tersebut dikabarkan bahwa "Presiden Joko Widodo (Jokowi) tengah mengkaji wacana pengelolaan cabang olahraga (cabor) oleh BUMN. Nantinya tiap satu cabor akan fokus diatur oleh satu BUMN demi peningkatan prestasi."

Jokowi memberi contoh, misalnya saja Pertamina akan fokus menangani manajemen untuk cabang olahraga (cabor) sepakbola. Menurutnya, penanganan manajemen cabor oleh BUMN memiliki dampak untuk citra BUMN itu sendiri nantinya. "Kita ini memang karena regulasi BUMN kita gede-gede. Saya ingin titipkan satu cabor ke BUMN. Misal Pertamina tanggung jawab ke bola, tanggung jawab harus menang terus. Bulu tangkis ke Djarum, basket ke Mandiri. Tapi harus menang terus, kalau kalah awas," kata Jokowi di Istana Bogor, Sabtu (4/8/2018).

Namun, sebagaimana diberitakan detik.com, wacana tersebut terbentur regulasi. Jokowi mengatakan pendanaan cabor oleh APBD sebelumnya malah berujung pada kasus korupsi yang dilakukan pemerintah daerah. Sebab itu, wacana pengelolaan cabor oleh BUMN harus dikaji secara mendalam.

Selain soal wacana BUMN kelola olahraga, ada juga pemberitaan tentang "kebijakan terukur dalam pembinaan olahraga". Media daring antaranews.com (Senin, 30 Juli 2018 20:44 WIB) memberitakannya dengan headline "Kebijakan olahraga terukur perkuat pembinaan atlet". Senada dengan kebijakan diatas, kebijakan ini juga merupakan kebijakan untuk meningkatkan prestasi olahraga nasional.

Sebagaimana diberitakan oleh antaranews.com bahwa pemerintah sedang mengkaji kebijakan sektor keolahragaan nasional secara terukur untuk memperkuat pembinaan atlet sejak dini demi memunculkan atlet-atlet berprestasi tingkat nasional.

Menurut Staf khusus Menteri Bidang Olahraga, Tommy Kurniawan, Kebijakan politik harus mampu melahirkan kebijakan-kebijakan dalam bidang olahraga, baik olahraga prestasi ataupun olahraga pendidikan dan olahraga rekreasi.

Dalam konteks kebijakan publik tentang keolahragaan ini tersirat sebuah pesan politik bahwa pada prinsipnya pemerintahan Jokowi sangat peduli terhadap olahraga dan selalu berupaya meningkatkan prestasi olahraga. Disamping itu, pemberitaan tersebut cenderung memberikan kesan yang positif tentang pemerintahan Jokowi, bahwa pemerintahan ini memiliki '*political will*' untuk meningkatkan prestasi olahraga di Indonesia.

Melalui pertandingan olahraga

Dalam konteks pertandingan olahraga, sepertinya Jokowi menyadari betul bahwa *event* tersebut dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk pengelolaan kesan (*impression management*), bukan hanya bagi dirinya dalam kapasitas seorang presiden, namun juga dalam posisinya sebagai kontestan calon presiden.

Dalam pesta olahraga Asian Games tampak sekali bagaimana Jokowi mencoba melakukan pengelolaan kesan dan pembentukan citra yang positif melalui olahraga. Hal ini dilakukan melalui persiapan-persiapan yang matang berkaitan dengan infrastruktur yang dibutuhkan dalam pertandingan seperti venue tempat berlangsungnya pertandingan maupun infrastruktur pendukung seperti transportasi dan juga akomodasi yang dalam hal ini dibantu oleh para kepala daerah tempat berlangsungnya acara tersebut.

Dalam beberapa kesempatan Jokowi seakan ingin terlihat ikut terlibat aktif dalam persiapan *venue* dan sarana pendukung lainnya. Hal ini terlihat dari beberapa foto-foto yang beredar dimedia ketika Jokowi sedang melakukan pengecekan di beberapa tempat, seperti ketika sedang mengecek *venue* ditemani oleh ketua INASGOC atau Indonesia Asian Games 2018 Organizing Committee, Erick Thohir.

Dalam beberapa foto yang beredar tersebut, tampak sekali bahwa Jokowi menampilkan dirinya dalam posisi yang aktif dalam keterlibatan menyiapkan *venue-venue* tersebut. Begitu pula ketika beredar foto-foto Jokowi dengan Anies Baswedan saat meninjau fasilitas pendukung seperti penataan jalan raya dan wisma atlet.

Tampak sekali bahwa Jokowi tampil sebagai seorang yang secara aktif ikut ‘menyiapkan’ *event* akbar ini.

Begitu pula ketika pada pembukaan Asian Games 2018, Presiden Joko Widodo menampilkan aksi naik sepeda motor sampai ke panggung acara pembukaan. Aksi teatrikal tersebut merupakan bagian dari seremoni pembukaan Asian Games yang ditampilkan melalui tayangan video yang diputar pada acara pembukaan. Dalam video berdurasi sekitar 5 menit tersebut, Presiden Jokowi digambarkan sedang melakukan perjalanan dari istana Bogor menuju Gelora Bung Karno, tempat berlangsungnya acara pembukaan Asian Games 2018.

Dalam aksi ini tampak sekali bahwa Jokowi sedang memainkan sebuah pengelolaan kesan politik dan pembentukan citra tentang dirinya yang *heroik*, berani, gagah dan mampu dengan mudah melewati rintangan apapun. Citra ini dibentuk sedemikian rupa untuk menarik simpati sekitar 50 ribuan orang yang hadir di Gelora Bung Karno, serta jutaan pasang mata pemirsa yang menyaksikan melalui media elektronik dan juga media-media online.

Aksi yang ditampilkan Jokowi saat itu memang diwarnai dengan kontroversi dan perdebatan yang panjang, meskipun perdebatan itu bukanlah perdebatan dalam konteks diskursus politik dan wacana publik, melainkan lebih kepada perdebatan layak atau tidaknya seorang presiden melakukan hal tersebut. Dalam aksi-aksi ini terlihat bahwa Jokowi tampil sebagai dirinya sebagai kontestan calon Presiden. Dalam konteks wacana publik hampir tidak pesan yang bisa disampaikan kepada publik mengenai aksi tersebut kecuali pesan-pesan mengenai citra dirinya. Hal ini juga dibuktikan dengan tanggapan dari dunia internasional bahwa pemenang Asian Games sesungguhnya adalah Jokowi (Lihat liputan6.com, 02 Sep 2018, 17:18 WIB). Jadi dengan sangat yakin kita bisa mengatakan bahwa aksi teatrikal yang dilakukannya adalah komunikasi politik Jokowi dalam posisinya sebagai calon presiden.

Presiden Jokowi sepertinya memahami bahwa aksinya tersebut mendapatkan cukup banyak reaksi negatif dari publik. Dia pun kemudian mencoba untuk memperbaiki. Pada pesta pembukaan Asian Para Games 2018 di Stadion Utama Gelora Bung Karno Jakarta, Sabtu (6/10/2018). Jokowi menampilkan aksi memanah bersama anak perempuan penyandang disabilitas. Dalam aksi tersebut ditampilkan bagaimana

Jokowi menundukan badannya untuk menyapa Bulan, penyandang disabilitas, yang atlet memanah asal Pekanbaru.

Jokowi merangkul Bulan dan berbincang. Bulan kemudian menyerahkan kotak berwarna emas berisi peta Indonesia kepada Jokowi. Ia sempat menunjukkan kotak itu kepada para tamu dan undangan. Beberapa saat kemudian, Presiden melepas jasnya. Ia memasang kantung berisi anak panah di pinggangnya, lalu mengambil busur. Bulan dan salah seorang atlet panahan penyandang disabilitas pun melakukan hal yang sama. Ketiganya kemudian membidik sebuah sasaran dan masing-masing memanah huruf “D”, “I” dan “S” yang awalnya membentuk kata “Disability” sehingga menjadi “Ability”

Aksi ini kemudian mendapatkan sambutan positif yang luar biasa. Aksi Jokowi yang menunduk dan merangkul Bulan merupakan sebuah pesan tentang bagaimana empati yang ditunjukkannya kepada penyandang disabilitas. Tanpa harus banyak berkata, Jokowi ingin menyampaikan pesan bahwa dia sangat empati terhadap para penyandang disabilitas.

Mengenakan fashion olahraga

Fashion seringkali diartikan sebagai ‘dandanan’, ‘gaya’ dan ‘busana’. Namun seara lebih luas Malcom Barnard menyatakan bahwa fashion lebih luas maknanya, bahwa fashion juga mencakup ‘cara’ dan ‘perilaku’. Malcolm Barnard dalam bukunya “*Fashion as Communication*” menyebutkan bahwa fashion dan pakaian merupakan sarana komunikasi, bahkan dinyatkan bahwa fashion adalah sebuah bentuk komunikasi non-verbal yang dapat mengirimkan makna tertentu kepada orang yang melihatnya.

Dalam konteks olahraga dan politik presiden Jokowi memang memiliki fashion yang ‘sporty’, dalam artian dia seringkali menggunakan pakaian dan gaya berpakaian biasa dipakai pemain olahraga. Jokowi memang senang sekali menggunakan sneaker, bahkan dalam acara-acara resmi, seperti acara peresmian Jokowi menggunakan pakain olahraga.

Dalam peresmian kereta Bandara Presiden Jokowi tampil dengan gaya ‘sporty’, mengenakan kaus merah lengan panjang, celana jins hitam, dan sepatu olahraga Nike berwarna merah.

Pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa Jokowi ingin ditampilkan sebagai orang yang energik, muda, dan milenial. Pesan ini juga sejalan dengan tema kampanye Jokowi yang ingin merangkul generasi *milenial*, misalkan dengan mengangkat Ketua INASGOC, Erick Thohir sebagai Ketua Tim Sukses Kampanye Jokowi-Ma'ruf Amin. Pemilihan Erick Thohir tentunya bukan tanpa alasan, Erick dinilai dapat merangkul anak-anak muda *milenial*, apalagi setelah kesuksesannya dalam memimpin sebuah *event* akbar Asian games.

Selain mengenakan Sneaker, Jokowi juga kerap kali mengenakan jaket yang dapat menampilkan kesan 'sporty', energik dan muda.

Dengan demikian, pesan yang ingin disampaikan dengan fashion olahraga ini adalah bahwa Jokowi ingin tampil didepan publik dengan tampilan citra yang sporty, energik dan muda. Tujuan dari pesan ini diarahkan kepada para fans olahraga yang jumlahnya cukup besar, dan seringkali mereka cenderung menarik diri dari politik.

Menampilkan aktifitas olahraga

Jokowi juga kerap kali menampilkan dirinya sedang melakukan aktifitas olahraga tertentu. Seperti misalkan ketika Jokowi dengan pakaian lengkap bermain basket pada pembukaan estival Journalist Basketball ke-dua. Pembukaan ini dilakukan di GOR Soemantri Bojonegoro, Kuningan, Jakarta Selatan. Saat menghadiri acara itu, Jokowi berkostum basket layaknya seorang atlet.

Begitu pula, Jokowi sering menampilkan dirinya ketika sedang melakukan jogging santai di istana Bogor, atau bermain futsal dan voli, serta olahraga lainnya.

Keterlibatan Jokowi dengan olahraga digunakan sebagai cara untuk menunjukkan bahwa seorang kandidat politik memainkan olahraga atau menjadi penggemar olahraga. Dalam pandangan Alexander L. Curry salah satu jalan bagi para kandidat politik untuk meningkatkan elektabilitas mereka dimata pemilih, salah satunya, adalah dengan mencitrakan diri mereka dimata pemilih dengan keterlibatan dalam olahraga. Disamping itu, menurut Curry, olahraga tidak hanya membantu dalam menciptakan koneksi dengan pemilih dari berbagai tingkat keterlibatan politik dan olahraga, tetapi olahraga juga dapat berpengaruh pada pemilih yang berbeda gender, dan meningkatkan elektabilitas dan keterpilihan dalam pemilihan umum.

Dengan demikian, jika kita merujuk kepada pernyataan Curry, bahwa keterlibatan Jokowi dengan olahraga merupakan suatu untuk meningkatkan elektabilitas dimata pemilih, dan sebagaimana Curry, tim kampanye Jokowi berharap bisa mendulang suara dari keterlibatan sosok Jokowi dengan olahraga.

Dalam pembahasan diatas disebutkan bagaimana Jokowi secara aktif telah memanfaatkan olahraga dalam konteks komunikasi politik. Pertanyaannya kemudian, apakah komunikasi politik Jokowi melalui olahraga lebih menampilkan citra (*image*) atau substansi?

Sebagaimana dikatakan Eric Louw (2005 : 17) bahwa pada prinsipnya politik bukan hanya pada soal manajemen kesan, pembentukan citra dan pembuatan sensasi serta mitologi, namun ada dimensi lain yang jauh lebih penting, yaitu tentang substansi; bahwa politik selalu – dan harus selalu – melibatkan pembuatan kebijakan substantif. Politisi yang berhasil harus belajar bekerja secara simultan dalam dua dimensi politik yang berbeda ini (antara citra dan substansi), dan keduanya harus dikoordinasikan.

Seringkali komunikasi politik terjebak pada apa yang disebut oleh Louw sebagai 'hype', yaitu komunikasi politik hanya ditujukan untuk sekadar pengelolaan kesan, sensasi dan pembentukan citra. Para pembuat 'hype' sejatinya sadar bahwa mereka menciptakan publisitas yang salah, berpura-pura, atau menipu. Oleh karena itu, pembuat sensasi profesional (misalnya spin-doctor) dianggap sebagai 'penipu yang percaya diri' (*confidence tricksters*) yang terlibat dalam dengan sengaja menipu pemirsa untuk menguntungkan diri mereka sendiri atau orang yang mempekerjakan mereka.

Dalam konteks komunikasi politik Jokowi melalui olahraga kita masih melihat bagaimana Jokowi seringkali hanya melakukan pembentukan citra dan pembuatan sensasi. Dalam beberapa hal, kita memang tidak melihat bagaimana komunikasi politik Jokowi melalui olahraga menampilkan wacana publik. Jokowi seringkali hanya menampilkan dirinya dengan citra-citra dan kesan positif yang ingin disampaikan kepada publik. Seperti ketika menampilkan fashion *ala* olahragawan, serta aksi teatral dalam pembukaan Asian games 2018, sepertinya hal ini tidak memiliki makna substantif bagi publik, dan sama sekali tidak mendorong terciptanya wacana publik yang dapat dijadikan sebagai dialog dalam sebuah ruang publik yang sehat.

Namun demikian, ada beberapa komunikasi politik Jokowi dalam bidang olahraga yang cenderung menampilkan substansi ketimbang citra. Misalkan keberhasilan sebagai penyelenggara Asian Games, kemudian keberhasilan tim Indonesia menorehkan prestasi gemilang, fasilitas infrastruktur yang dibangun untuk Asian Games serta kebijakan-kebijakan politik untuk meningkatkan prestasi olahraga nasional, merupakan contoh bagaimana komunikasi politik yang substantif.

Perdebatan mengenai citra dan substansi dapat dilihat sebagai sebuah ‘pertarungan’ wacana publik antara pihak yang menganggap bahwa seharusnya komunikasi politik Presiden tidak hanya menampilkan citra dan sensasi, namun yang jauh lebih penting, sebagai seorang kepala negara presiden seharusnya menggunakan olahraga dengan cara yang substansial dan memuat diskursus publik.

Kesimpulan dan Saran

Dalam analisis yang telah dikemukakan diatas terlihat bahwa Jokowi sangat aktif dalam memanfaatkan olahraga sebagai bagian dari komunikasi politik. Setidaknya ada 4 strategi yang digunakan oleh Jokowi dan tim kampanyenya dalam menggunakan olahraga sebagai komunikasi politik, yaitu : melalui kebijakan-kebijakan (*public policy*) untuk meningkatkan prestasi olahraga, melalui pertandingan olahraga, mengenakan fashion olahraga dan menampilkan aktifitas olahraga.

Pesan yang ingin disampaikan dari komunikasi politik tersebut beragam, mulai dari kesan bahwa pemerintahan Jokowi sangat peduli terhadap olahraga dan selalu berupaya meningkatkan prestasi olahraga serta penampilan didepan publik dengan citra sporty, energik dan muda. Tujuan dari pesan ini diarahkan kepada para fans olahraga yang jumlahnya cukup besar, dan seringkali mereka cenderung menarik diri dari politik.

Jokowi juga terlihat masih sering memainkan citra ketimbang substansi dari komunikasi politiknya. Hal ini tentu memicu perdebatan beberapa pihak yang menganggap bahwa seharusnya komunikasi politik Presiden tidak hanya menampilkan citra dan sensasi, namun yang jauh lebih penting, sebagai seorang kepala negara presiden seharusnya lebih banyak menggunakan olahraga dengan cara yang substansial dan memuat diskursus publik.

Pesan yang ingin disampaikan dari komunikasi politik tersebut beragam, mulai dari kesan bahwa pemerintahan Jokowi sangat peduli terhadap olahraga dan selalu berupaya meningkatkan prestasi olahraga serta penampilan didepan publik dengan citra sporty, energik dan muda. Tujuan dari pesan ini diarahkan kepada para fans olahraga yang jumlahnya cukup besar, dan seringkali mereka cenderung menarik diri dari politik.

Jokowi juga terlihat masih sering memainkan citra ketimbang subsatansi dalam komunikasi politiknya. Hal ini tentu memicu perdebatan bebrapa pihak yang menganggap bahwa seharusnya komunikasi politik Presiden tidak hanya menampilkan citra dan sensasi, namun yang jauh lebih penting, sebagai seorang kepala negara presiden seharusnya lebih banyak menggunakan olahraga dengan cara yang substansial dan memuat diskursus publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Curry, Alexander Lawrence (2012). *The Intersection of Politics and Sports*. Tesis pada Brigham Young University. Didownload dari <https://scholarsarchive.byu.edu/etd>
- Foster, Steven (2010). *Political Communication*. Edinburgh : Edinburgh University Press Ltd.
- Hamad, Ibnu (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Studi Pesan Politik dalam Media Cetak pada Masa Pemilu 1999)*. HUMANIORA, Vol. 8, No. 1, April 2004
- Hidayat, Dedy Nur (2004). *Amerikanisasi Industri Kampanye Pemilu dalam HCB darmawan (ed). Siapa Mau Jadi Presiden?; Debat Publik Seputar Program dan Partai Politik pada Pemilu 2014*. Jakarta : Penerbit Kompas
- Junaedi, Fajar (2011). *Sepakbola sebagai Media Komunikasi Politik*. Dalam Heri Budianto (ed). *Media dan Komunikasi Politik*. Jakarta : Puskomdis dan Aspikom
- Louw, Eric (2005). *The Media and Political Process*. London : Sage Publication
- Mc.Nair, Brian (2011). *An Introduction to Political Communication*. London and New York : Routledge.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rowe, David (2004). *Sport, Culture and The Media*.UK : Open University Press
-

Sandvoss, Cornel (2007). Public Sphere and Publicness: Sport Audiences and Political Discourse. Dalam Richard Butsch (ed). *Media and Public Spheres*. New York : Palgrave Macmillan

Saraf, M. J (1977). *Semiotic Signs in Sports Activity*. International Review for the Sociology of Sport