

Konstruksi Identitas Klub Sepakbola di Liga Indonesia: Studi Kasus Kepemilikan Klub Sepakbola Rans Nusantara FC Oleh Selebritis

Robby Rachman Nurdiantara¹, Kiki Esa Perdana²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Halim Sanusi, Bandung

²Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tanri Abeng, Jakarta

¹robbyrachmannurdiantara@gmail.com

²esaperdana@tau.ac.id

ABSTRACT

Ownership of a sports club by celebrities is not actually something new. In other foreign, the business of owning sports clubs is not only done by entrepreneurs or large companies, but also by celebrities who view sports business as a promising investment. The research method used in this study is a qualitative descriptive method. The qualitative descriptive method aims to provide a detailed and in-depth description of the researched phenomenon. This study utilizes a qualitative approach, seeking to understand and interpret the meaning of an event or the interaction between human behavior in a specific situation from the researcher's perspective, allowing the researcher to comprehend the experiences, perceptions, and perspectives of the subjects involved in the construction of the football club's identity. The results of this study indicate that Rans FC Nusantara has not been successful in constructing its identity. This lack of success can be attributed to the inadequate readiness of Rans Nusantara FC in facing intense football competition.

Keywords: Identity Construction, Indonesian Football, Rans Nusantara FC.

ABSTRAK

Kepemilikan sebuah klub olahraga oleh selebritis sebenarnya bukanlah hal yang baru, di luar negeri, bisnis kepemilikan klub olahraga seperti ini tidak hanya dilakukan oleh pengusaha ataupun perusahaan besar, namun juga oleh para pesohor, mereka mengaggap bahwa bisnis pada bidang olahraga merupakan suatu bentuk investasi yang menjanjikan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi antara tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman, persepsi, dan sudut pandang subjek yang terlibat dalam konstruksi identitas klub sepak bola. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rans FC Nusantara belum berhasil dalam mengkonstruksi identitas. Belum berhasil ini dapat dikatakan karena kurang siapnya Rans Nusantara FC dalam menghadapi kompetisi sepakbola yang ketat.

Kata-kata Kunci: Konstruksi Identitas, Rans Nusantara FC, Sepakbola Indonesia

Korespondensi: Robby Rachman Nurdiantara, S.I.Kom., M.I.Kom. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Halim Sanusi, Jl. Garut No.2, Bandung, 40271. **No. HP, WhatsApp: 085161217377**

Submitted: Mei 2023 | **Accepted:** Juni 2023 | **Published:** Juni 2023
P-ISSN 2620-3111 | E-ISSN 2685-3957 | Website: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

Kepemilikan sebuah klub olahraga oleh selebritis sebenarnya bukanlah hal yang baru, di luar negeri, bisnis kepemilikan klub olahraga seperti ini tidak hanya dilakukan oleh pengusaha ataupun perusahaan besar, namun juga oleh para pesohor, mereka menganggap bahwa bisnis pada bidang olahraga merupakan suatu bentuk investasi yang menjanjikan, beberapa diantaranya adalah Ryan Reynolds yang memiliki klub liga Inggris, Wrexham, Matthew McConaughey sebagai pemilik klub Austin FC, Elton John sebagai pemilik klub Watford dan juga Natalie Portman bersama Eva Longoria yang memiliki klub sepakbola wanita, Angel City, dan Will Ferrell yang memiliki klub Los Angeles FC (Binar, 2020). Pembelian klub sepak bola di luar negeri memang sering terjadi karena dianggap menguntungkan, apalagi di luar negeri pertandingan dilakukan secara rutin, pemasukan klub pun bisa berasal dari mana selain tiket penonton, yaitu dari sponsor, dan dari merchandise yang berhasil terjual. Klub sepak bola memang bisa menjadi lahan bisnis yang empuk (Hariyanto, 2021).

Di Indonesia kepemilikan klub sepakbola oleh pesohor ini dapat dibilang merupakan sebuah tren baru, banyak selebritis mengalihkan bisnis mereka dengan mengambil alih saham mayoritas sebuah klub olahraga, terutama pada klub sepakbola yang membutuhkan dana segar untuk keberlangsungan klub sepakbola mereka. Beberapa diantaranya yang cukup ternama adalah AHHA PS PATI FC, yang diambil alih oleh Atta Halilintar, seorang Youtuber dan Putra Siregar seorang pengusaha dan Influence Media Sosial, yang pada awalnya mengambil kepemilikan klub dari PSG Pati, sebuah klub sepakbola yang berada di liga 3 di liga Indonesia. Selanjutnya ada Rans FC, yang kepemilikannya diambil alih dari klub Cilegon United sebuah klub dari liga 2 Indonesia, yang pada liga musim 2022 sudah naik kasta ke liga 1 sepakbola Indonesia. Kepemilikannya diambil alih oleh Raffi Ahmad, seorang selebriti atau artis tersohor di Indonesia. Cilegon United sendiri yang tadinya berlogo gunung berapi kemudian setelah di akuisisi menjadi Rans FC, logonya kemudian berubah menjadi Burung Phoenix.

Para pesohor ini berusaha membangun identitas yang berbeda setelah mereka mengambil alih klub dari kepemilikan lama, mereka seakan melakukan re-branding besarbesaran atas klub lama yang diakuisisinya, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuat nama dan citra klub di mata masyarakat menjadi berbeda dan terdengar lebih modern, baik dari segi logo, nama, simbol, atau bahkan semua aspek tersebut. Tujuannya untuk membuat konsumen semakin tertarik terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Untuk Rans FC sendiri merupakan singkatan dari Raffi Ahmad Nagita Slavina Football Club.

Secara perusahaan, Rans ini sudah cukup lama berada dalam bisnis hiburan di Indonesia. Rans FC mengubah nama yang semula bernama Cilegon united FC, sebuah klub yang bermarkas di kota Cilegon, Banten yang dibeli seharga 300 milyar (Khatimah, 2022). Pasca dibeli oleh RANS, Cilegon FC berganti nama menjadi Rans Cilegon FC, namun pada bulan januari 2022, Rans Cilegon FC kembali berganti nama Rans Nusantara FC demi memperluas basis supporter.

Sacara umum, identitas baru dari Rans Nusantara FC dirasa baik untuk memunculkan kesan baru dari image klub tersebut yang sebelumnya masih dekat dengan image dan kepemilikan lama. Rans Nusantara FC muncul dengan identitas baru, mulai dari seragam bertanding baru, nama klub, warna kebesaran baru, lambang dan juga tagline yang baru. Karena dalam sepakbola, identitas yang dibangun sebuah klub akan mencirikan citra klub di mata masyarakat kedepannya.

Namun mengubah identitas yang sudah lama terbentuk ini merupakan hal yang sulit, klub memiliki resiko kehilangan pendukung yang telah lama yang menolak adanya perubahana pada klub yang mereka dukung sebelumnya. Pada Rans Nusantara FC, setelah sebelumnya memiliki pendukung bernama VOLCANO mania, komunitas pendukung Cilegon United yang telah berdiri dari sekitar tahun 2000. Namun karena merasa peran klub barunya kurang begitu baik dalam membina hubungan dengan supporter, mereka akhirnya memilih untuk vacuum dan tidak mendukung RANS Cilegon FC.

Membangun identitas baru merupakan hal yang cukup sulit, terutama untuk klub sepakbola yang baru diakuisisi, banyak tantangan yang harus dihadapi, baik tantangan sosial seperti bagaimana pemain dan seluruh pegawai di klub beradaptasi dengan kepemilikan baru, maupun tantangan sosial, maupun tantangan kultural, bagaimana klub beradaptasi menghadapi komunikan baru, seperti pangsa pasar baru, lingkungan baru hingga pendukung baru. Sehingga diperlukan langkah-langkah yang tepat demi mempertahankan eksistensinya.

Istilah komunikasi secara bebas dipergunakan oleh setiap orang dalam masyarakat. Komunikasi berasal dari kata latin Communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2018:9). Thoha (2010:145) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari seseorang kepada orang lain. Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan

mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda. Dalam proses penyampaian hendaklah berusaha menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dipercakapkan. Dengan adanya kesamaan tersebut akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Konstruksi dalam ruang lingkup sosial secara luas memiliki arti sebagai suatu proses pembentukan tentang suatu hal yang dilakukan dalam kehidupan sosial oleh seseorang. Kenyataan yang terjadi dalam kehidupan sosial terbentuk dari pengalaman-pengalaman dari seseorang yang dibentuk dan direfleksikan melalui proses komunikasi. Identitas merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris *identity* yang secara harfiah berarti tanda, ciri atau jati diri yang melekat pada diri seseorang atau kelompok yang membedakannya dengan orang lain. Identitas merupakan suatu unsur dari kenyataan yang selalu berhubungan dengan masyarakat. Identitas tersebut dibentuk melalui proses-proses sosial, apabila telah terwujud akan dijaga, diubah atau akan dibentuk ulang melalui hubungan-hubungan sosial (Berger & Luckmann 2018, 235).

Menurut Chris Barker (2011) konstruksi identitas merupakan bangunan atas identitas diri yang memperlihatkan siapa dan bagaimana diri kita sebenarnya, tentang kesamaan yang ada pada diri kita dengan sejumlah orang, serta perbedaan yang membedakan diri kita dengan orang lain. Konstruksi identitas tersebut bukan merupakan konsep yang dapat berdiri sendiri, karena cara kita membangun identitas bergantung dengan situasi sosial dimana kita berinteraksi dengan orang lain, dengan cara tersebut maka akan didapatkan pemahaman.

Pembentukan identitas merupakan suatu proses yang panjang dan dalam beberapa kondisi yang bertahap. Pembentukan identitas tersebut merupakan suatu proses yang luar biasa kompleks Marcia dalam Santrock (2003:344). Pembentukan identitas dimulai dengan munculnya keterikatan (*attachment*), yaitu perkembangan pemikiran seseorang mengenai diri, munculnya kemandirian pada masa kanak-kanak, dan akan mencapai fase terakhir dengan pemikiran kembali mengenai hidup dan pengintegrasian di masa tuanya. Pembentukan identitas juga dimulai melalui keputusan yang membentuk tentang bagaimana seseorang tersebut sebagai manusia dan akhirnya disebut dengan identitas.

Definisi Sepak Bola Sepak bola adalah olahraga yang paling diminati serta olahraga yang terkenal diseluruh dunia. Sepak bola adalah permainan yang dimainkan oleh dua tim

atau yang biasanya disebut dengan kesebelasan. Masing-masing tim terdiri dari 11 orang beserta dengan penjaga gawang. Sepak bola terdiri dari dua suku kata, yang pertama “sepak” dan yang kedua “bola”. Sepak diartikan dengan menendang menggunakan kaki dan bola diartikan dengan suatu alat atau bendayang digunakan pada suatu permainan olahraga yang terbuat dari bahan kulit, plastik, karet atau dengan bahan yang sejenisnya. Jadi, sepak bola dapat diartikan dengan suatu permainan yang dimainkan oleh 2 tim dengan menggunakan bola yang bertujuan untuk memperoleh kemenangan dengan cara memasukkan bola ke gawang tim lawan dan berusaha untuk menjaga gawangnya agar tim lawan tidak mencetak gol (Arjuna, 2018).

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif menurut Usman dan Akbar (2009: 78) pendekatan kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi antara tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2013), penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena secara mendetail, kompleks, dan menyeluruh, dengan fokus pada pengumpulan data yang berkualitas dan mendalam. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang suatu fenomena atau peristiwa. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menghasilkan pemahaman yang lebih detail dan mendalam tentang fenomena bagaimana klub sepakbola Rans Nusantara FC dibentuk, bagaimana identitas klub dibentuk, serta bagaimana kepemilikan klub oleh selebriti mempengaruhi klub itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Klub sepakbola Rans Nusantara FC menghadapi tantangan besar dalam membentuk identitas baru mereka di mata masyarakat. Mengubah identitas lama yang sebelumnya sebagai Klub Cilegon FC bukanlah hal yang mudah. Dengan perubahan identitas menjadi Rans Nusantara FC, klub ini berusaha membangun citra dan pengakuan yang baru di mata masyarakat. Proses pembentukan identitas baru ini tidaklah mudah. Rans Nusantara FC harus menghadapi pengenalan diri yang luas kepada masyarakat sebagai entitas baru. Klub tersebut berupaya membangun kesadaran di kalangan penggemar sepakbola dan masyarakat umum mengenai perubahan ini. Mereka perlu melibatkan strategi komunikasi

yang kuat, termasuk kampanye promosi, acara, dan interaksi langsung dengan penggemar untuk memperkenalkan dan membangun kesetiaan terhadap klub yang baru.

Namun, walaupun klub sepakbola Rans Nusantara FC menghadapi tantangan besar dalam membangun identitas baru mereka di mata masyarakat, peran penting dari nama besar Raffi Ahmad sebagai seorang selebriti populer di Indonesia cukup membantu konstruksi identitas mereka terhadap persepsi publik. *Privilege* dari nama besar Raffi Ahmad cukup memberikan keuntungan signifikan bagi Rans Nusantara FC dalam upaya membentuk identitas baru mereka. Sebagai seorang selebriti yang sangat dihormati dan diakui di Indonesia, Raffi Ahmad membawa popularitas dan daya tarik yang besar, dengan menjadi bagian dari klub dan secara terbuka mendukungnya, Raffi Ahmad memberikan legitimasi dan sorotan yang kuat kepada klub tersebut.

Keterkaitan dengan Raffi Ahmad memberikan dorongan positif dalam membangun identitas baru Rans Nusantara FC. Ketika klub ini memperkenalkan diri sebagai entitas baru di masyarakat, kehadiran Raffi Ahmad sebagai salah satu pemilik klub membantu menarik perhatian dan minat publik. Nama besar dan pengaruhnya membantu mengkonstruksi citra positif dan membangun kesadaran terhadap klub ini, sehingga mempengaruhi cara di mana klub ini dilihat oleh masyarakat.

Namun, meskipun Raffi Ahmad memberikan keuntungan dalam proses konstruksi identitas, Rans Nusantara FC juga menyadari pentingnya membangun landasan yang kuat di luar pengaruh individu tertentu. Klub ini berusaha untuk mengembangkan identitas yang independen dan berkelanjutan yang tidak hanya bergantung pada popularitas seseorang. Mereka harus fokus pada membangun prestasi dan rekam jejak yang kuat di dunia sepakbola untuk memperoleh pengakuan dan penghargaan dari masyarakat.

Dengan demikian, nama besar Raffi Ahmad seorang selebriti memberikan keuntungan dengan membawa popularitas dan pengaruh yang besar bagi Rans Nusantara FC khususnya di dunia maya seperti media sosial dan media elektronik. Namun klub ini juga harus berusaha untuk membangun identitas sendiri yang kuat dan berkelanjutan di luar individualitas. Perlu komitmen tinggi dari klub untuk mencapai prestasi di lapangan dan membangun hubungan yang solid dengan masyarakat, agar dapat membentuk identitas baru yang kuat dan diakui secara luas oleh masyarakat penggemar sepakbola.

Selanjutnya, klub sepakbola Rans Nusantara FC menghadapi tantangan besar dalam membangun identitas baru mereka di mata masyarakat, terutama terkait persepsi dan sebutan dari para pendukung sepakbola Indonesia yang menyebut mereka sebagai "tim siluman", yang tidak boleh diabaikan oleh manajemen klub. Tantangan ini muncul karena

klub ini adalah klub instan yang tiba-tiba muncul di liga Indonesia tanpa melalui proses yang berjenjang seperti layaknya klub-klub tradisional lainnya yang harus melalui proses dari divisi bawah untuk dapat tampil di liga utama sepakbola Indonesia, yaitu Liga 1 Indonesia.

Sejak awal, Rans Nusantara FC berusaha untuk membentuk identitas yang berbeda dan kuat. Namun, sebutan "tim siluman" yang melekat pada mereka telah menjadi bagian dari persepsi publik yang sulit untuk diubah. Manajemen klub perlu membangun identitas baru yang positif, mereka perlu mengatasi persepsi negatif ini. Sebagai klub baru yang langsung masuk ke dalam liga, Rans Nusantara FC dihadapkan pada keraguan dan skeptisisme dari masyarakat sepakbola. Sebutan "tim siluman" mencerminkan rasa keheranan dan ketidakjelasan mengenai asal-usul dan latar belakang klub ini, padahal identitas ini dapat dengan mudah dibentuk dan dibangun ulang oleh pihak manajemen klub.

Manajemen klub Rans Nusantara FC perlu berupaya mengubah persepsi negatif guna membentuk identitas baru yang positif di mata masyarakat. Mereka harus memahami bahwa proses yang berjenjang dan terbuka dapat membangun kepercayaan masyarakat, kepercayaan yang menampilkan bahwa klub ini bukan klub siluman dan muncul ke kompetisi sebagai klub yang benar-benar profesional dan diakui akan kualitasnya.

Klub ini perlu berupaya untuk membangun tim yang kompetitif dengan menarik pemain berbakat dan berkualitas. Rans Nusantara FC juga harus berusaha membangun citra yang kuat melalui prestasi di lapangan, menciptakan prestasi yang mengesankan di dunia sepakbola adalah suatu keharusan. Perlu ada target yang jelas untuk meraih kesuksesan dan prestasi yang cukup dalam kompetisi sepakbola Liga Indonesia.

Dengan meraih hasil yang baik dan mencapai prestasi yang membanggakan, klub dapat membuktikan keberadaan mereka dengan prestasi yang nyata. Selain itu, manajemen klub perlu berkomitmen untuk meningkatkan transparansi dengan memberikan informasi yang jelas mengenai sumber dana, struktur klub, visi misi serta strategi dan rencana jangka panjang klub kedepan kepada publik untuk membangun kepercayaan.

Dalam menghadapi tantangan ini, manajemen klub harus tetap fokus dan teguh dalam membangun identitas baru Rans Nusantara FC. Perubahan persepsi membutuhkan waktu dan upaya yang konsisten.

Dengan terus meningkatkan transparansi dan prestasi yang stabil di lapangan, diharapkan klub dapat membuktikan bahwa mereka adalah sebuah entitas yang berkomitmen, profesional, dan pantas mendapatkan tempat di dunia sepakbola Indonesia. Selanjutnya, harus disadari juga akan pentingnya memperbaiki komunikasi dengan para

pendukung dan masyarakat luas. Manajemen klub harus berkomitmen untuk lebih terbuka dan transparan dalam menjalankan operasional klub, serta berusaha aktif untuk menjelaskan visi, misi, dan langkah-langkah yang diambil untuk mengembangkan tim dengan bersikap informatif pada masyarakat luas. Dengan beragam usaha yang berkelanjutan, diharapkan Rans Nusantara FC dapat mengubah persepsi dan sebutan mereka dari "tim siluman" menjadi sebuah klub yang dihormati dan diakui keberadaannya oleh para pendukung sepakbola Indonesia dan masyarakat secara luas.

Tantangan ini lain yang muncul dalam konstruksi identitas dari klub Rans Nusantara FC ini adalah kebijakan manajemen klub yang cenderung lebih mengedepankan sisi hiburan, dibanding sisi olahraga dan juga prestasi. Hal ini mungkin terjadi karena SDM internal klub yang ada lebih terbiasa bekerja di bidang dunia hiburan daripada dunia olahraga terutama sepakbola. Manajemen klub cenderung lebih fokus pada aspek eksposur di media sosial daripada pembinaan tim sepakbola yang membutuhkan prestasi.

Klub Rans Nusantara FC memiliki kecenderungan untuk lebih fokus pada aspek-aspek gimmick yang umumnya terkait dengan dunia hiburan dan media sosial. Mereka lebih tertarik dengan hal-hal seperti gosip-gosip tentang pemain besar di tim, liburan ke luar negeri, pesta, pertumbuhan pesat jumlah pelanggan di kanal *YouTube* resmi mereka, serta popularitas yang meningkat dengan cepat di *Instagram*, ekspos melalui platform *Social Blade* terkait pendapatan klub juga berasal dari akun *YouTube* mereka dan gimmick khas dunia entertainment lainnya. Klub ini cenderung menggunakan gimmick-gimmick khas dari dunia hiburan untuk memperoleh eksposur yang lebih tinggi.

Sayangnya, fokus klub pada aspek-aspek tersebut sering kali mengabaikan aspek-aspek pembinaan dan prestasi sebagai tim sepakbola. Seleksi anggota tim dan pertandingan ujicoba yang dilakukan tidak selalu didasarkan pada kriteria prestasi yang ketat, melainkan lebih menekankan kesan *entertaining* seperti *fun football* semata, misalnya ikut dalam trefeo yang menghadirkan Ronaldinho (<https://rb.gy/2it05>). Hal ini dapat menyebabkan kurangnya fokus pada pengembangan pemain, pelatihan yang berkualitas, dan persiapan yang memadai untuk kompetisi sebenarnya. Misalnya mengisi konten untuk datang ke rumah makan disaat tim lain bergokus pemusatan latihan serius menjelang liga selanjutnya (<https://www.youtube.com/watch?v=Kw0YF25NjdI>), berkunjung ke luar negeri (<https://jakarta.suaramerdeka.com/bola/1348782571/jelang-liga-1-rans-nusantara-fc-dapat-berkah-kunjungi-klub-jepang>) sambil mengisi konten youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=xROIW9RQpiI&pp=ygUWcmFucyBudXNhbnRhc mEgbGlidXJhbg%3D%3D>). fokus pemain pun otomatis terbagi, latih tanding ke turki

untuk melawan fenerbache (<https://sports.sindonews.com/read/520618/11/rans-cilegon-fc-goes-to-turkey-melawan-tim-papan-atas-dari-super-lig-1629799695>).

Dengan beragam contoh tersebut, klub Rans Nusantara FC juga cenderung berfokus pada hal-hal non-esensial dan jauh dari sepakbola, seperti produksi konten dan promosi hiburan, daripada pembinaan pemain dan persiapan tim yang ketat dan kompetitif dalam menghadapi liga. Hal ini mengakibatkan masalah kekurangsiapan pemain dan manajemen dalam menghadapi kompetisi di liga Indonesia. Klub cenderung lebih fokus pada hal-hal non-esensial, terutama dalam hal produksi "konten" untuk kepentingan hiburan. Pada musim kompetisi lalu rans nusantara FC hanya meraih 3 kali kemenangan saja dari 31 pertandingan (<https://rb.gy/yyjpr>).

Minimnya fokus manajemen sebagai klub sepakbola ini mengakibatkan pemain-pemain klub berperan ganda, sebagai talenta di dunia hiburan juga sebagai atlet sepakbola sebenarnya. Untuk posisi pun, Rans Nusantara fc berada pada posisi terakhir pada klasemen tahun 2022/2023 dari 18 klub peserta liga (<https://rb.gy/yyjpr>). Dalam beberapa kasus, pemain bahkan diposisikan sebagai bintang-bintang dalam acara hiburan dan produksi konten di media sosial.

Dampak dari fokus yang terlalu besar pada produksi konten dan promosi hiburan yang dinilai lebih ini adalah mungkin kertarikan menggapai sponsor guna pendapatan klub. Namun dibalik maraknya sponsor, muncul juga kurangnya kesiapan pemain dan manajemen klub dalam menghadapi kompetisi di liga Indonesia.

Ketika pemain lebih banyak terlibat dalam kegiatan hiburan dan pengambilan gambar daripada fokus pada latihan, pembinaan, dan persiapan pertandingan, hal ini dapat mengurangi kualitas dan kematangan mereka sebagai atlet sepakbola.

Kekurangsiapan pemain dapat mencakup kurangnya kebugaran fisik, kurangnya pengembangan keterampilan sepakbola yang komprehensif, serta ketidakpahaman taktik dan strategi permainan. Selain itu, manajemen klub mungkin juga menghadapi kendala dalam mengelola tim secara efektif, termasuk kekurangan dalam hal pengembangan strategi, rekrutmen pemain yang sesuai, dan manajemen pertandingan.

Rans Nusantara FC perlu menyadari bahwa prioritas utama mereka seharusnya adalah pembinaan pemain dan persiapan akan liga yang kompetitif. Peran pemain dalam dunia hiburan dan produksi konten dapat dilakukan namun dengan porsi yang lebih kecil, dan lebih mengutamakan kegiatan sepakbola yang esensial.

Klub perlu menempatkan fokus pada pelatihan yang intensif, pengembangan keterampilan sepakbola, dan pemahaman taktik yang kuat untuk memastikan bahwa

pemain siap menghadapi kompetisi liga Indonesia dengan baik. Manajemen klub juga harus memperhatikan aspek-aspek manajerial yang penting dalam mengelola tim sepakbola secara profesional. Pengembangan strategi permainan, rekrutmen pemain yang berkualitas, dan manajemen pertandingan yang efisien harus menjadi fokus utama mereka. Dengan demikian, klub akan dapat membangun tim yang kompetitif dan siap menghadapi tantangan di kompetisi liga Indonesia. Untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dalam suatu kompetisi, klub harus menempatkan prioritas pada pembinaan pemain, pengembangan keterampilan sepakbola, dan manajemen yang profesional. Dengan demikian, klub dapat memastikan bahwa pemain siap secara fisik dan mental serta dapat bersaing dengan baik di kompetisi

Ketika klub lebih mementingkan aspek *gimmick* dan hiburan, konsekuensinya aspek-aspek penting dalam membangun tim yang kompetitif dan meraih prestasi menjadi terabaikan. Pembinaan pemain, pengembangan taktik, dan persiapan pertandingan yang intensif menjadi kurang diperhatikan.

Sebagai hasilnya, klub mungkin tidak mampu mencapai performa terbaik mereka di lapangan dan kurang mampu bersaing dengan klub-klub lain yang lebih serius dalam menghadapi kompetisi, bahkan terakhir berada didasar klasemen kompetisi Liga Indonesia.

Penting bagi manajemen klub Rans Nusantara FC untuk memperhatikan keseimbangan antara aspek hiburan dan prestasi dalam membangun identitas klub mereka. Meskipun gimmick dan eksposur di media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan popularitas, tidak boleh diabaikan bahwa prestasi di lapangan adalah hal yang paling menentukan dalam membangun citra dan reputasi klub sepakbola.

Kebijakan manajemen yang lebih terfokus pada exposure di media sosial ini mencerminkan pendekatan yang lebih berorientasi pada popularitas dan citra klub. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya fokus dalam membangun tim sepakbola yang kompetitif dan meraih prestasi di lapangan. Ketika manajemen lebih terobsesi dengan jumlah pengikut di media sosial, perhatian terhadap pengembangan pemain, pelatihan, dan pencapaian dalam kompetisi dapat terabaikan.

Rans Nusantara FC perlu menyadari pentingnya membangun identitas sebagai klub sepakbola yang berprestasi. Sebagai klub sepakbola yang berkompetisi di bidang olahraga prestasi, penting disadari bahwa prestasi dan hasil yang baik di lapangan adalah faktor utama dalam membentuk identitas positif dan mendapatkan pengakuan dari masyarakat sepakbola. Manajemen klub perlu menemukan keseimbangan antara exposure di media sosial dan pembinaan tim sepakbola yang kompetitif. Prestasi di lapangan merupakan hal

yang tidak dapat diabaikan dan harus menjadi prioritas utama. Dengan mengalokasikan sumber daya dan perhatian yang tepat, klub perlu membangun tim yang kuat, mendapatkan pelatih yang berpengalaman, dan melibatkan pemain-pemain berkualitas untuk mencapai kesuksesan di kompetisi.

Identitas Rans Nusantara FC sebagai klub sepakbola akan terbentuk melalui prestasi dan pencapaian yang dihasilkan. Perlu komitmen untuk meningkatkan pembinaan tim dan memperoleh prestasi yang membanggakan. Manajemen klub perlu berusaha untuk mengubah orientasi dan memfokuskan upayanya pada pengembangan klub sepakbola yang kompetitif, dengan tujuan untuk membangun identitas baru yang didasarkan pada prestasi dan pengakuan dari masyarakat sepakbola. Dalam upaya membangun identitas baru yang komprehensif, klub harus menjadikan pembinaan tim dan pencapaian prestasi sebagai prioritas utama. Seleksi pemain yang ketat, pelatihan yang intensif, dan persiapan pertandingan yang matang harus menjadi fokus yang tak terpisahkan dari upaya klub.

Dengan melakukan hal ini, Rans Nusantara FC dapat membangun identitas yang proposional antara hiburan dan prestasi, menjadikan mereka klub sepakbola besar yang diakui secara luas dengan pencapaian yang membanggakan di kancah sepakbola Indonesia, bukan hanya sebagai klub sepakbola yang dimiliki selebriti.

Pada akhirnya, upaya dari klub Rans Nusantara FC dalam membangun identitas mereka sebagai tim sepakbola yang berprestasi dapat dikatakan belum berhasil, setidaknya pada Liga 1 2022-2023 lalu, hal ini ditunjukkan pada tabel klasemen, Rans Nusantara FC berada diposisi paling buncit diantara 17 klub sepakbola liga 1 lainnya. Beruntungnya Liga 1 saat ini meniadakan sistem promosi dan degradasi, sehingga Rans Nusantara FC yang seharusnya terdegradasi terlempar ke Divisi Liga 2, nasibnya terselamatkan dan dapat tetap berkompetisi di divisi teratas kompetisi sepakbola Indonesia Liga 1 2023-2024. Belum berhasil ini dapat dimaknai karena kurang siapnya Rans Nusantara FC dalam menghadapi kompetisi sepakbola yang ketat. Meskipun ada upaya untuk memperkuat citra klub melalui *gimmick-gimmick* dan eksposur di media sosial, hal tersebut tidak dapat menggantikan persiapan yang matang dan kesiapan yang sebenarnya dalam menghadapi kompetisi sepakbola yang kompetitif guna menggapai prestasi.

Kesuksesan dalam sepakbola tidak dapat dicapai hanya melalui kehadiran di media sosial atau popularitas yang didapatkan melalui hiburan. Persiapan yang matang meliputi aspek-aspek seperti pemilihan pemain yang tepat, pelatihan yang intensif, pembinaan taktik, dan persiapan mental yang kuat. Kurangnya kesiapan dalam hal ini dapat berdampak negatif pada performa tim dan hasil kompetisi. Selain itu, penting juga bagi manajemen

klub untuk memiliki strategi yang jelas dalam membangun identitas klub. Hal ini meliputi peningkatan infrastruktur, investasi dalam pembinaan pemain muda, dan pembangunan reputasi klub sebagai tempat yang serius dalam mengembangkan bakat sepakbola demi mencapai prestasi yang membanggakan. Tanpa adanya persiapan dan strategi yang tepat, klub sulit untuk membangun identitas mereka sebagai tim besar yang diakui dalam dunia sepakbola. Dalam konteks yang lebih luas, persaingan dalam kompetisi sepakbola tidaklah mudah. Klub-klub lain juga memiliki upaya untuk membangun identitas dan meraih keberhasilan. Oleh karena itu, kesuksesan dalam membangun identitas sebagai tim besar membutuhkan kesiapan dan persiapan yang komprehensif dari semua pihak terkait, termasuk manajemen klub, pemain, pelatih, dan seluruh staf pendukung.

Belum berhasilnya klub dalam membangun identitas tim besar bagi Rans Nusantara FC harus dijadikan pelajaran berharga. Klub harus melihat belum berhasil ini sebagai kesempatan untuk memperbaiki, memperkuat fondasi mereka dan membentuk identitas yang . Dalam membangun identitas baru, klub perlu mengevaluasi secara menyeluruh strategi, manajemen, dan persiapan tim mereka. Dengan tekad dan kedisiplinan yang kuat, klub dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan membangun identitas yang kuat serta meraih prestasi yang gemilang di dunia sepakbola. Padahal Rans Nusantara FC memiliki modal yang cukup bagus, yaitu keunggulan dibidang industri dan entertainment. Nama besar Raffi Ahmad sebagai magnet untuk menggaet sponsor tidak dimanfaatkan dengan baik, malah berbanding terbalik dengan prestasi tim.

Meskipun klub Rans Nusantara FC memiliki keunggulan dalam bidang industri dan hiburan serta hubungan masyarakat melalui nama besar Raffi Ahmad, sayangnya, manajemen klub belum mampu memaksimalkan potensi ini untuk menciptakan reputasi yang baik dan fokus tim pada prestasi di kompetisi sepakbola tertinggi Indonesia, Liga 1.

Dengan keterlibatan Raffi Ahmad, seorang selebriti terkenal, klub memiliki peluang besar untuk menarik sponsor dan mendapatkan dukungan finansial yang lebih besar. Namun, sayangnya manajemen klub belum mampu memanfaatkan sepenuhnya potensi ini dan menjalin kemitraan yang saling menguntungkan tidak dibarengi dengan prestasi tim yang baik.

Nama besar Raffi Ahmad juga dapat memberikan keunggulan dalam hal promosi dan eksposur klub. Sebagai seorang publik figur yang populer, Raffi Ahmad memiliki basis penggemar yang besar dan pengaruh yang signifikan di media sosial. Namun, manajemen klub belum berhasil memanfaatkan sepenuhnya keunggulan ini untuk memperluas jangkauan klub dan meningkatkan popularitasnya. Upaya dalam membangun citra klub dan

memperluas basis penggemar masih belum terlaksana dengan optimal. Selain aspek industri dan hiburan, Raffi Ahmad juga memiliki keunggulan dalam hal hubungan masyarakat atau Public Relation. Sebagai seorang selebriti, ia memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai kalangan masyarakat dan media. Namun, manajemen klub belum mampu memanfaatkan hubungan masyarakat yang dimiliki Raffi Ahmad secara efektif untuk membangun citra positif klub dan menarik minat publik.

Penting bagi manajemen klub untuk mengambil langkah-langkah yang tepat guna memaksimalkan keunggulan yang dimiliki oleh nama besar Raffi Ahmad. Mereka harus membangun kemitraan yang kuat dengan sponsor, menjaga hubungan baik dengan mereka, dan memastikan bahwa sponsor merasakan manfaat yang signifikan dari keterlibatan mereka dengan klub. Selain itu, upaya promosi dan eksposur klub harus ditingkatkan dengan memanfaatkan popularitas dan pengaruh Raffi Ahmad di media sosial.

Dengan memaksimalkan keunggulan yang dimiliki oleh nama besar Raffi Ahmad, Rans Nusantara FC dapat menciptakan reputasi yang baik dan fokus tim yang lebih kuat dan menciptakan prestasi di kompetisi sepakbola Liga 1. Dengan kerja sama yang baik antara manajemen klub, pemain, dan Raffi Ahmad, klub memiliki potensi untuk meraih kesuksesan dalam kompetisi tertinggi sepakbola Indonesia dan membangun identitas yang solid sebagai tim yang kompetitif dan prestisius.

SIMPULAN

Kesimpulannya, klub sepakbola Rans Nusantara FC menghadapi tantangan besar dalam membangun identitas baru mereka di mata masyarakat. Sebagai klub yang sebelumnya dikenal sebagai Cilegon FC, mereka harus berusaha keras untuk membentuk citra baru. Selain itu, tantangan persepsi dan sebutan dari supporter sepakbola Indonesia sebagai "tim siluman" juga menjadi kendala yang belum dapat diatasi dengan baik oleh klub. Selanjutnya kebijakan manajemen klub yang lebih fokus pada aspek *gimmick* dan hiburan sedari pertama muncul, juga mengakibatkan kurangnya fokus pada pembinaan pemain dan persiapan tim yang kompetitif. Hal ini menjadikan klub cenderung lebih fokus pada hal-hal non-esensial seperti produksi konten dan promosi hiburan, daripada pada aspek yang penting dalam membangun tim yang berprestasi.

Kemudian meskipun memiliki keunggulan di bidang industri dan *entertainment*, namun secara konstruksi identitas, klub terlalu mengikuti pada nama besar Raffi Ahmad, pesohor pada bidang industri hiburan di tanah air, sehingga melupakan bahwa Rans

Nusantara FC adalah sebetulnya merupakan klub seakbola profesional yang berlaga pada kompetisi sepakbola terbesar di Indonesia.

Oleh karena itu, klub perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi dan fokus mereka untuk mengatasi tantangan ini dan membangun identitas yang kuat serta meraih prestasi gemilang di dunia sepakbola kedepannya.

Pada akhirnya upaya dari klub Rans Nusantara FC dalam membangun identitas mereka sebagai tim sepakbola yang belum berhasil, karena pada Liga 1 2022-2023, hal ini ditunjukkan pada tabel Rans Nusantara FC berada diposisi paling buncit dalam klasemen kompetisi diantara 17 klub sepakbola liga 1 lainnya. Namun Liga 1 saat itu meniadakan sistem promosi dan degradasi, sehingga Rans Nusantara FC yang seharusnya terdegradasi terlempar ke Divisi Liga 2, dapat bernafas lega nasibnya terselamatkan dan dapat tetap berkompetisi di divisi teratas kompetisi sepakbola Indonesia Liga 1 2023-2024.

Meskipun ada upaya untuk memperkuat citra klub melalui *gimmick-gimmick* dan eksposur di media sosial, hal tersebut tidak dapat menggantikan persiapan yang matang dan kesiapan yang sebenarnya dalam menghadapi kompetisi sepakbola yang kompetitif guna menggapai prestasi. Kesuksesan dalam sepakbola tidak dapat dicapai hanya melalui sukses kehadiran di media sosial atau popularitas yang didapatkan melalui dunia hiburan.

Persiapan yang matang meliputi aspek-aspek seperti pemilihan pemain yang tepat, pelatihan yang intensif, pembinaan taktik, dan persiapan mental yang kuat.

Kurangnya kesiapan dalam hal ini dapat berdampak negatif pada performa tim dan hasil kompetisi. Selain itu, penting juga bagi manajemen klub untuk memiliki strategi yang jelas dalam membangun identitas klub.

Konstruksi identitas yang tepat untuk sebuah klub yang mengambil alih klub lama sangatlah penting, hal ini ditunjukkan untuk mencirikan identitas yang berbeda dengan yang sebelumnya dan juga mencirikan akan identitas yang digunakannya saat ini kepada khalayak luas, karena identitas merupakan cerminan dari klub itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjuna, Fatkurahman. 2018. *Gambaran Komponen Fisik Predominan (Komponen Fisik Dasar) Pelatih SSO Real Madrid FIK UNY*. Yogyakarta: Medikora.
- Berger, L. Peter, and Thomas Luckmann. 2018. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Cetakan ke. Jakarta: LP3ES.
- Binar. 2020. “7 Selebritis Top Dunia Yang Ternyata Pemilik Klub Bola.” *Idntimes.com*. <https://www.idntimes.com/sport/soccer/binar-restu-bumi/selebritis-top-dunia-yang-ternyata-pemilik-klub-bola-c1c2?page=all> (April 3, 2023).
- Chris, Barker. 2004. *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Effendy, Onong. Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi (Teori Dan Praktek)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hariyanto. 2021. “Investasi Klub Sepak Bola Ala Artis, Apakah Menguntungkan?” *Ajaib.co.id*. <https://ajaib.co.id/investasi-klub-sepak-bola-ala-artis-apakah-menguntungkan/> (April 3, 2023).
- Khatimah, Faqihah Husnul. 2022. “Deretan Artis Pemilik Klub Sepak Bola Di Indonesia, Simak Siapa Saja.” *Inews.id*. <https://sumbar.inews.id/berita/deretan-artis-pemilik-klub-sepak-bola-di-indonesia> (April 3, 2023).
- Santrock, John W. 2003. *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Edisi Keen. Jakarta: Erlangga.
- Thoha, Miftah. 2010. *Perilaku Organisasi*. Penerbit: Rineka Jakarta.
- Usman, Husaini, and Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial (Edisi 2)*. 2nd ed. Jakarta: Bumi Aksara.