

MEMBANGUN BUDAYA SEPAKBOLA MELALUI KOMUNITAS

Oleh: Fairuz A. Sunny

Jika kita berpikir tentang Komunitas, Budaya, dan Sepakbola mungkin kita akan berpikir Jerman dengan *Bundesliga*-nya. DFL (*Deutsche Fußball Liga*) operator *Bundesliga* dan *Bundesliga 2*, terbilang berani untuk membuat peraturan 50+1. Aturan 50+1 dilansir dari situs resmi *Bundesliga* adalah klub sepak bola tidak akan diizinkan bermain di *Bundesliga* jika investor komersial memiliki lebih dari 49 persen saham. klub - dan, lebih jauh lagi, para penggemar - memegang mayoritas hak suara mereka sendiri. Intinya, ini berarti bahwa investor swasta tidak dapat mengambil alih klub dan berpotensi mendorong tindakan yang memprioritaskan keuntungan daripada keinginan pendukung. Keputusan itu secara bersamaan melindungi pemilik yang sembrono dan menjaga kebiasaan demokrasi klub-klub Jerman.

Lalu apa langkah DFL ini bisa dikatakan berhasil? Berikut terdapat statistik yang menarik. Menurut situs resmi *Bundesliga*, 9 klub *Bundesliga* dari total 18 klub berhasil masuk ke dalam 30 besar klub dengan rata-rata penonton terbanyak di Eropa. Dimana Borussia Dortmund dan FC Bayern Munchen berada di posisi 1 dan 2 dengan masing-masing memiliki rata-rata penonton sebanyak 79.496 dan 75.000. Data tentu saja diambil sebelum Covid-19 melanda. Aturan 50+1 ini membuat penggemar memiliki identitas dan rasa memiliki kepada klub yang digemarinya. Hal ini yang membuat penggemar klub *Bundesliga* termasuk penggemar yang spartan dan loyal.

Setelah dari Jerman kita menyebrang ke Inggris. Masyarakat Inggris sangat menggemari sepakbola. Tidak berlebihan ketika *The Chancuters* mengatakan London adalah negara sepakbola, kurang akurat sebenarnya tapi tak mengapa. Klub di Inggris bermain setiap pekan, bahkan terkadang 2 kali setiap pekan dan selalu dihadiri penggemar yang tidak sedikit. Hari raya natal dan tahun baru tidak menjadikan pertandingan liga Inggris berhenti. *Boxing day* secara tradisi adalah hari yang diperingati setelah hari Natal ketika para pekerja menerima hadiah dari bos mereka. Dalam sepakbola, *boxing day* adalah pertandingan yang dilaksanakan pada tanggal 25-27 desember. Pertandingan *boxing day* selalu ditunggu masyarakat Inggris karena sudah menjadi tradisi orang Inggris untuk berbondong-bondong menonton sepakbola di stadion setelah merayakan natal.

Koran-koran selalu berisi dengan berita sepakbola, bahkan ketika waktu tertentu semua *Headline* koran penuh dengan satu berita sepakbola. Kalau anda bertanya secara acak di jalanan Inggris, klub sepakbola mana yang didukung. Pasti anda akan mendapatkan jawaban, jika beruntung anda akan mendapatkan jawaban dengan antusias. Legenda Liverpool, Bill Shankly pernah berkata “Beberapa orang percaya sepak bola adalah masalah hidup dan mati. Saya sangat kecewa dengan sikap itu. Saya dapat meyakinkan Anda bahwa ini jauh lebih penting dari itu”. Budaya sepakbola Inggris yang kuat menjadikan klub-klub Inggris memiliki penggemar yang banyak. Menurut *goal*, 5 dari 10 klub dengan penggemar terbanyak di dunia adalah klub Inggris.

Beralih sebentar ke Belanda. Ketika Ajax Amsterdam menjuarai Liga Belanda pada musim ini, klub memutuskan untuk melelehkan piala yang mereka dapatkan. Lelehan piala yang kecil-kecil dibentuk menjadi bintang. 42.390 bintang yang jadi lalu dikirimkan kepada penggemar yang memiliki tiket musiman. Hal ini dilakukan Ajax Amsterdam untuk mengapresiasi penggemar yang selalu setia menemani dan klub menginginkan penggemar untuk selalu menjadi bagian dari sejarah klub. Bayangkan anda adalah penggemar *Ajax Amsterdam* yang memiliki tiket musiman, tiba-tiba anda mendapatkan bintang lelehan piala Liga Belanda. Anda pasti akan semakin jatuh cinta pada klub yang anda gemari.

Dari hal-hal diatas klub-klub di Indonesia bisa belajar banyak. Sebenarnya tidak sulit untuk memajukan sepakbola Indonesia. Masyarakatnya sudah menggemari sepakbola dengan jumlah penduduk yang melimpah dan banyak kota yang sudah ada klub sepakbolanya. Hal yang perlu digali lagi adalah komunitasnya. Penggemar sudah pasti ada, meski mungkin belum seberapa, tapi yang pasti adalah penggemar ini harus memiliki kedekatan emosional dan rasa memiliki terhadap klub yang didukung. Jika sudah memiliki basis pendukung yang jelas, budaya sepakbola akan berkembang dan penggemar juga akan bertambah dari berbagai kalangan seperti anak-anak, perempuan dan lanjut usia. Dari pendapat pribadi penulis, identitas komunitas klub di Indonesia belum terlihat jelas. Petinggi/pemilik klub dengan seenaknya mengganti logo, lokasi, dan nama klub. Padahal nama klub adalah identitas awal dari klub tersebut. Yang pasti penggemar tidak akan memiliki rasa identitas dan rasa memiliki jika klub tersebut berpindah lokasi kota itu bermarkas.

Tentu saja tidak semua budaya sepakbola negara lain bisa diimplementasikan di Indonesia, seperti contohnya aturan 50+1 yang mungkin tidak cocok di Indonesia. Tapi tidak mengapa karena Indonesia bisa memiliki budaya sepakbolanya sendiri. Memang membentuk budaya sepakbola itu tidak mudah dan sebentar. Diperlukan kesabaran dan kecintaan terhadap

sepakbola untuk membentuk budaya sepakbola melalui komunitas.

Sumber:

Bundesliga.com

Goal.com