Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial: 5(1), 2025, 83-92
ISSN: 2797-1945, E-ISSN: 2777-0931
DOI: https;//doi.org/10.20527/pakis.v5i1.14973

SEPAKBOLA SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI PUBLIK: STUDI TENTANG PERAN TIM NASIONAL DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS NASIONAL

Kiki Esa Perdana
Program Studi llmu Komunikasi, Fakultas Manajemen dan Kepemimpinan,
Universitas Tanri Abeng
e-mail: esaperdana@tau.ac.id

Article History
Received : 30-01-2025
Revised : 24-03-2025
Published : 30-03-2025

Keywords: *Public Communication; National Identity; Indonesian Football*

Abstract
Football as the most popular sport in Indonesia makes many people think that football is part of themselves. The national team as a representation of the country is often considered a reflection of national identity, so the good or bad achievements of the national team in the international arena are often a measure of how much pride the community has in this most popular sport in Indonesia. This study intends to explain that the role of the national team has a significant impact on the national identity factor, especially for its supporters. By using an understanding of public communication, the role of the national team can be seen in general in forming a national identity, either directly or indirectly. This study uses a qualitative descriptive research method, which can be described as a series of research activities that aim to obtain data results that are purely as they are without any particular conditions, which then emphasizes the meaning rather than numbers, using observation data collection techniques, documents, and literature studies. The results of this study indicate that the national team emerged as an identity arena for many Indonesian people when used as a medium for forming a national identity.

Kata Kunci: Komunikasi Publik; Identitas Nasional; Sepakbola Indonesia

Abstrak
Sepakbola sebagai olahraga yang paling popular di Indonesia. Bagi banyak orang di Indonesia, tim nasional tidak hanya merupakan perwakilan negara, namun lebih dari itu, tim nasional sering kali dianggap sebagai cerminan identitas nasional, Jadi segala macam isu yang menimpa tim nasional, mulai dari prestasi hingga masalah lain, seringkali terbawa pada kehidupan keseharian banyak masyarakat, karena faktor kedekatan tadi. Komunikasi public yang dilakukan tim nasional, baik secara disengaja atuapun tidak mempengaruhi keadaan emosi Masyarakat banyak. Penelitian ini bermaksud memaparkan bahwa peran tim nasional memiliki dampak yang cukup besar pada faktor identitas nasional, dengan menggunakan pemahaman komunikasi publik, maka peran tim nasional dapat dilihat dalam membentuk identitas nasional, baik langsung ataupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian penelitian deskriptif kualitatif, yang dapat dijabarkan sebagai sebuah rangkaian dari kegiatan riset yang bertujuan untuk menadapatkan hasil data yang bersifat apa adanya murni tanpa ada dalam kondisi tertentu, menggunakan teknik pengumpulan data observasi, dokumen, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa komunikasi publik yang ditunjukan oleh tim nasional, dappat dijadikan medium pembentukan identitas nasional secara kolektif.

Korespondensi Penulis
Email: esaperdana@tau.ac.id
Tersedia secara online pada https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/pakis
How to Cite:
Perdana, E. K. (2025). Sepakbola Sebagai Alat Komunikasi Publik: Studi Tentang Peran Tim Nasional Dalam Pembentukan Identitas Nasional. *Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial*, *5*(1). https://doi.org/10.20527/pakis.v5i1.14973

PENDAHULUAN

Di Indonesia, sepakbola merupakan olahraga yang paling populer dan digemari oleh masyarakat banyak. Sepakbola telah menjadi bagian dari budaya dan tradisi masyarakat Indonesia secara turun temurun, hal ini terlihat dengan banyak sekolah dan klub sepakbola yang tersebar di seluruh negara. Liga Indonesia yang merupakan kompetisi sepakbola tingkat nasional tertinggi, selalu mendapatkan perhatian besar dari masyarakat dan media setiap musim kompetisinya. Kepopuleran sepakbola di Indonesia juga dapat dilihat dari antusiasme masyarakat dalam mengikuti pertandingan tim nasional Indonesia, setiap kali tim nasional Indonesia bermain, jutaan orang di seluruh negeri akan menyaksikan pertandingan tersebut secara langsung, melalui televisi atau media sosial. Hal ini menunjukkan dan memperlihatkan bahwa sepakbola telah menjadi bagian dari identitas nasional Indonesia dan merupakan olahraga yang paling digemari oleh masyarakat.

Selain sepakbola, sebenarnya olahraga lain seperti bulu tangkis, bola basket, voli, dan tinju juga memiliki penggemar yang cukup banyak di Indonesia, stadion hampir selalu penuh dan penggemar olahraga tersebut hampir pasti ada di setiap kota. Namun, sepakbola tetap merupakan olahraga yang paling populer dan digemari oleh masyarakat luas, hal ini dapat dilihat dari sangat banyaknya antusiasme masyarakat dalam mengikuti pertandingan sepakbola, baik skala regional, lokal, nasional hingga internasioal. Karena sifat populer tersebut, masyarakat banyak merasakan bahwa sepakbola merupakan bagian dari diri mereka, yang mewakili jati diri, kedaerahan, hingga identitas negara. Identitas sendiri dapat diartikan sederhana, sebagai sifat atau jati diri yang melekat pada sesuatu. Itulah salah satu alasan kenapa sepakbola di Indonesia memiliki posisi yang cukup signifikan di masyarakat dibandingkan dengan olahraga lainnya. Hampir setiap tayangan pertandingan sepakbola langsung di televisi selalu mendapatkan rating tertinggi.

Hasil survei AC Nielsen menunjukkan bahwa rating sepakbola paling tinggi adalah pertandingan tim nasional Indonesia, khususnya saat melawan Malaysia, Vietnam, dan Thailand. Kemudian diikuti oleh Liga Indonesia (Ligina), Piala Dunia, dan Liga Inggris, mungkin data ini akan berubah setelah timnas Indonesia lolos pada kualifikasi piala dunia. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cukup menggemari dan mengkonsumsi tayangan sepakbola nasional di televisi, bahkan, dalam laporan Nielsen dengan judul The 2022

World Football Report, Indonesia menjadi negara ketiga di Asia dengan penggemar sepak bola terbanyak. Lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia menggemari sepak bola, dengan capaian angka 69%, hal ini secara psikologis, jelas membuat banyak masyarakat berpikir bahwa sepakbola merupakan bagian yang sangat erat dalam diri mereka.

Komunikasi publik sederhananya dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi, pesan, atau nilai-nilai kepada masyarakat umum tentang isu-isu yang berhubungan dengan publik. Tujuannya adalah untuk menginformasikan, mengedukasi, dan mempengaruhi masyarakat umum. Melihat definisi sederhana tersebut, timnas sudah cukup mampu menjadi komunikator yang melakukan komunikasi publik, karena memiliki syarat berupa informasi, pesan dan nilai untuk disampaikan pada publik. Tim nasional sudah merupakan konsumsi masyarakat banyak karena tim nasional karena pada banyak kegiatannya melibatkan banyak keterlibatan publik, menjadi minat publik, dan kemudian diliput oleh media publik dan dikonsumsi cukup rutin oleh publik mengenai beragam isu yang timnas hadapi. Dari segi politik internasional pun, timnas juga terhitung sebagai perwakilan negara, karena menjadi mewakili negara secara resmi pada setiap ajang internasional yang mereka ikuti.

Komunikasi juga ialah suatu organisasi yang menggunakan kata-kata, gerak tubuh, intonasi, dan tindakan untuk menghasilkan ekspektasi citra, mengungkapkan perasaan, dan berbagi pemahaman bersama. Suporter para pemain yang menyambangi stadion secara tidak langsung akan menjadi pemain ke duabelas tim dan menjadi pembakar semangat timnas di atas lapangan (Raflina, 2023).

Organisasi dibentuk untuk meraih tujuan bersama. Komunikasi menjadi saluran efektif untuk berinteraksi dan saling bertukar ide antar anggota organisasi. Interaksi yang terjadi akan membentuk pola – pola yang unik dan khas dalam organisasi (Bayudewanto & Junaedi, 2017). Tim nasional Indonesia telah memiliki pencapaian yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Mulai dari peringkat FIFA yang membaik, runner-up AFF senior dan U23, juara 3 SEA games, lolos piala dunia U20 dan U23, lolos piala Asia, dan lolos 16 besar piala Asia. Semua prestasi ini membuat banyak masyarakat semakin bangga akan identitas ke-Indonesiaan mereka. Menurut Tracy dan Robbins (2007 dalam Soebandono, 2011), rasa bangga berkaitan erat dengan konsep identitas diri, yakni adanya keselarasan antara jati diri dengan nilai-nilai dan identitas organisasi. Selaras dengan semakin meningkatnya level permainan timnas, animo masyarakat untuk menonton timnas secara langsung semakin meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah penonton pada pertandingan kandang Timnas Indonesia selama Kualifikasi Piala Dunia 2026 berlangsung. Jumlah penonton timnas di GBK biasanya sekitar 20.000-30.000, sepertiga dari kapasitas GBK yaitu 78.000. Namun, seiring dengan

meningkatnya prestasi timnas, maka meningkat pula jumlah kehadiran di GBK. Kesemuanya merupakan dampak dari komunikasi publik yang timnas lakukan, baik secara sadar dan terencana tau tidak. Kita melihat komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, atau gagasan dari satu pihak ke pihak lain. Proses ini melibatkan beberapa komponen, yaitu pengirim (sender), pesan (message), saluran (channel), penerima (receiver), dan umpan balik (feedback). Pengirim menyampaikan pesan melalui saluran tertentu, seperti bahasa, gambar, atau suara, dan penerima menerima pesan tersebut dan memberikan umpan balik. Komunikasi dapat berlangsung secara verbal maupun nonverbal.

Dengan maraknya arus globalisasi yang sangat besar yang masuk lewat berbagai macam media merupakan tantangan bagi identitas bangsa yang semakin menipis, tidak sedikit masalah nasionalismw menjadi hal yang dilupakan oleh masyarakat indonesia. Dalam keseharian, sebetulnya beragam isu nasionalisme sudah diterapkan dalam keseharian, baik di sekolah atau di universitas oleh para gurudan dosen, dengan mengedepankan nilai-nilai nasional supaya diterapkan dalam keseharian, namun pada praktiknya, Sikap nasionalisme dapat ditanamkan melalui pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan di sekolah. Selain itu, sikap nasionalisme juga dapat ditanamkan melalui pembiasaan, kegiatan ekstrakurikuler, dan kemitraan, hal ini cukup sulit, karena tidak semua mampu melaksanakannya karena beragam alasan personal,

Pandangan politik, nasionalisme dianggap sebagai ideologi yang mencakup prinsip kebebasan, kesatuan, kesamarataan, serta kepribadian selaku orientasi nilai kehidupan kolektif suatu kelompok dalam usaha meraih tujuan politik, yakni pembentukan dan pelestarian negara, namun hal ini cenderung dipraktikan dalam cara yang lebih santai, atrau dilakukan dengan pendekatan lewat budaya populer seperti sepakbola, dapat menjadi cara dalam penguatan nilai-nilai nilai pendukung nasionalisme (Abrar & Aneboa, 2024; Hanappi-Egger, 2024).

Pada akhirnya komunikasi yang efektif, secara umum memerlukan beberapa elemen, yaitu kejelasan pesan, kesesuaian saluran, dan kemampuan penerima untuk memahami pesan. Kejelasan pesan sangat penting agar penerima dapat memahami pesan dengan benar. Kesesuaian saluran juga penting agar pesan dapat disampaikan dengan efektif. Selain itu, kemampuan penerima untuk memahami pesan juga sangat penting agar komunikasi dapat berlangsung dengan efektif, karena timnas diberitakan oleh beragam medium nasional yang kompeten, maka penyampaiannya otomatis efektip dan memenuhi syarat tersampaikannya pesan.

Tim nasional secara langsung juga memberikan pesan subliminal pada publik masyarakat Indonesia, pesan yang disajikan di bawah ambang kesadaran, akan ke-identitas nasional-an, sehingga publik sebagai penerima tidak menyadarinya secara langsung. Namun,

pesan tersebut tetap dapat memengaruhi pikiran, perilaku, atau emosi seseorang.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibantu oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan diperoleh dari situasi alamiah (Sugiyono, 2010). Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih terfokus untuk mendeskripsikan keadaan, sifat atau hakikat, suatu gejala tertentu atau nilai suatu objek. Esensi utama dari penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada penelitian yang berkaitan dengan upaya-upaya menggali makna-makna terhadap suatu fenomena tertentu dalam kondisi dan latar yang alami. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada penemuan suatu konsep, pengetahuan dan bahkan mendapatkan suatu teori yang baru, dan bukan untuk melakukan pengujian terhadap teori yang sudah ada (Djamal, 2015).

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2005) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berbentuk katakata tertulis atau lisan dari seorang narasumber atau perilaku yang dapat menjadi objek pengamatan. Penjelasan tersebut memfokuskan pada jenis data yang dikumpulkan pada proses penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan deskriptif kualitatif maka data yang dihasilkan bersifat deskriptif serta berupaya menggali makna dari suatu fenomena. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bahwa komunikasi publik yang ditunjukan oleh tim nasional indonesia baik disengaja atau tidak, bagi banyak masyarakat indonesia merupakan medium pembentukan identitas nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap kemenangan dan pencapaian Timnas Indonesia di berbagai turnamen internasional akhir-akhir ini menumbuhkan rasa bangga yang mendalam di hati masyarakat. Kebanggaan ini tidak hanya dirasakan oleh para penggemar sepak bola, tetapi juga oleh seluruh rakyat Indonesia. Saat Timnas meraih kemenangan, masyarakat dari berbagai latar belakang merayakan bersama, menciptakan momen yang mengingatkan kita akan identitas sebagai bangsa yang kuat dan bersatu.

Kebanggaan nasional ini memperkuat ikatan di antara warga negara, mengingatkan kita semua bahwa meskipun berbeda dalam banyak hal, kita tetap satu sebagai bangsa Indonesia. Pertandingan Timnas juga sering kali menjadi momen di mana solidaritas sosial meningkat. Masyarakat dari berbagai kalangan berkumpul bersama untuk mendukung tim kebanggaan mereka. Kampanye-kampanye dukungan di media sosial, nonton bareng (nobar), dan berbagai

kegiatan komunitas menjadi bukti nyata dari solidaritas ini. Supporter Timnas Indonesia, yang datang dari berbagai latar belakang politik, agama, dan budaya, juga berperan besar dalam mempersatukan bangsa. Di stadion, mereka menyanyikan teriakan dukungan yang sama, mengibarkan bendera merah putih dengan bangga, dan bersorak untuk setiap gol yang dicetak. Keberagaman yang terlihat di tribun penonton mencerminkan semangat Bhinneka Tunggal Ika yang sesungguhnya.

Dalam konteks yang lebih luas, rangkaian prestasi positif Timnas Indonesia juga dapat memiliki dampak positif pada pembangunan bangsa. Dengan meningkatnya rasa kebanggaan dan kesadaran nasional, banyak warga negara dapat lebih termotivasi untuk berkontribusi pada pembangunan bangsa, meningkatkan kualitas hidup, dan memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa. Oleh karena itu, kemenangan Timnas Indonesia bukan hanya sebuah prestasi olahraga, tetapi juga sebuah momen yang dapat mempersatukan dan membangkitkan semangat bangsa.

Melalui komunikasi publik, sepakbola dapat dijadikan sebagai alat untuk membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap identitas nasional. Dengan demikian, sepakbola dapat menjadi simbol identitas nasional yang kuat dan bermakna, membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap identitas nasional. Dalam konteks komunikasi publik, sepakbola dapat dijadikan sebagai alat untuk membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap berbagai isu kenegaraan dan semangat patriotisme. Dengan demikian, sepakbola dapat menjadi alat komunikasi publik yang efektif dalam membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap berbagai isu sosial. Komunikasi publik memainkan peran penting dalam membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap sepakbola yang ujungnya mampu membentuk identitas nasional seacra kolektif. Melalui komunikasi publik, baik disengaj atau tidak, informasi tentang timnas dapat disampaikan kepada masyarakat luas, membangkitkan minat dan antusiasme masyarakat terhadap timnas. Dengan demikian, komunikasi publik dapat memperkuat ikatan di antara masyarakat dan sepakbola khususnya timnas, membangun kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap sepakbola.

Konsep identitas nasional sendiri sebenarnya adalah konsep yang cukup kompleks dan mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan suatu bangsa. Konsep identitas nasional sendiri, di antaranya, mempengaruhi kebanggaan nasional akan suatu hal, misalnya kebanggaan nasional suatu bangsa, termasuk prestasi yang ditorehkan oleh tim nasional. Menurut Koentjaraningrat (1990), konsep identitas nasional adalah suatu kesadaran yang dimiliki oleh suatu bangsa tentang dirinya sendiri, yang meliputi asal-usul, sejarah, budaya, dan nilai-nilai yang menjadi ciri khas bangsa tersebut. Jadi, konsep identitas nasional adalah sesuatu yang

dibangun oleh para suporter tim nasional sepakbola Indonesia secara sadar karena beragam persamaan yang dimiliki.

Bagi Tim Nasional untuk memiliki strategi komunikasi yang strategis tidak hanya mampu mendalami tentang audiens target, pesan yang disampaikan, kanal yang digunakan, serta konsistensi dalam penyampaian pesan. Pemahaman ini dapat membantu untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan penggemar, mengelol citra merek dengan baik, dan merespons tantangan dengan lebih efektif (Zuraida et al., 2024).

Tim nasional sebagai simbol identitas

Identitas dalam artian sederhana dapat diartikan sebagai sifat atau jati diri yang melekat pada sesuatu, baik itu individu, kelompok, atau bahkan negara. Identitas ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti nama, jenis kelamin, agama, budaya, bahasa, dan lain-lain. Identitas juga dapat berubah seiring waktu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lingkungan, pengalaman, dan interaksi dengan orang lain. Tim nasional sepakbola yang muncul dengan keberagaman pemain, mulai dari asal daerah hingga pemain hasil naturalisasi yang memiliki darah keturunan indonesia dapat merepresentasikan nilai-nilai, budaya, keberagaman dan sejarah bangsa Indonesia. Secara tidak langsung hal tersebut merupakan bentuk komunikasi publik yang yang menceritakan mengenai semboyan bhineka Tunggal ika, keberagaman yang tetap satu tujuan, seakan membangun kesadaran informasi pada public luas akan keragaman Indonesia. Jika dilihat dari sisi lain, popularitas sepakbola di Indonesia membuat tim nasional memiliki kapabilitas untuk mempersatukan bangsa. Tim nasional menjadi fokus perhatian dan kebanggaan bangsa, memicu rasa persatuan dan kesatuan di antara warga negara. Dengan demikian, tim nasional seakan menjadi simbol identitas nasional yang terbentuk dan terlihat oleh public internasional. Simbol identitas ini berujung pada pendidikan karakterm yaitu proses menanamkan nilai-nilai moral, etika, dan kepribadian yang baik kepada masyarakat.

Meningkatkan Dukungan Masyarakat

Tim nasional dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan dukungan publik dari indonesia. Dukungan publik yang meningkat dapat tercermin dalam bentuk peningkatan jumlah penggemar, penjualan tiket pertandingan, dan perhatian media yang meningkat. Komunikasi publik secara tidak langsung yang dilakukan tim nasional dapat digunakan untuk meningkatkan dukungan masyarakat, membangun basis penggemar, serta meningkatkan antusiasme dan partisipasi masyarakat dalam acara sepakbola, menurut beberapa sumber, selaras dengan semakin meningkatnya level permainan timnas, animo masyarakat untuk menonton timnas secara langsung semakin meningkat. Hal ini ditunjukan dengan adanya

peningkatan jumlah penonton pada pertandingan kandang Timnas Indonesia selama Kualifikasi Piala Dunia 2026 berlangsung (Perdana, 2021).

Kebanggaan Nasional

Dalam artian sederhana, kebanggaan dapat diartikan sebagai rasa memiliki dan penghargaan yang tinggi terhadap diri sendiri atau orang lain karena telah mencapai sesuatu yang luar biasa. Prestasi tim nasional yang gemilang dapat membangkitkan kebanggaan nasional di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri, tetapi juga kesadaran nasional secara kolektif akan rencana capaian prestasi tim nasional di masa depan. Selain itu, tim nasional juga telah memperkuat identitas nasional melalui pengibaran bendera nasional, penyanyian lagu kebangsaan, dan pengenakan seragam tim yang mencerminkan identitas bangsa. Dengan demikian, tim nasional telah menunjukkan kebanggaan dan kesetiaan terhadap negara dan bangsa, sehingga memperkuat rasa identitas dan kebanggaan nasional di kalangan warga negara (Ngadimin & Sazali, 2024).

Komunikasi publik memainkan peran penting dalam membangun identitas nasional melalui tim nasional. Tim nasional sepakbola, sebagai contoh, dapat dianggap sebagai simbol identitas nasional yang kuat dan bermakna. Melalui komunikasi publik, tim nasional dapat menyampaikan nilai-nilai dan identitas nasional kepada masyarakat luas, membangkitkan rasa kebanggaan dan kesadaran nasional di kalangan warga negara. Dengan demikian, komunikasi publik dapat memperkuat ikatan di antara warga negara dan membangun identitas nasional yang kuat. Dalam konteks ini, tim nasional sepakbola dapat dianggap sebagai alat komunikasi publik yang efektif dalam membangun identitas nasional. Melalui prestasi dan pencapaian tim nasional, masyarakat dapat merasakan rasa kebanggaan dan kesadaran nasional yang kuat. Komunikasi publik yang efektif dapat memperkuat identitas nasional dan membangun kesadaran nasional di kalangan warga negara. Dengan demikian, tim nasional sepakbola dapat menjadi simbol identitas nasional yang kuat dan bermakna, membangun kesadaran nasional dan memperkuat ikatan di antara warga negara (Perdana, 2018; Perdana & Utama, 2024).

SIMPULAN

Sepakbola, khususnya tim nasional, dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai dan identitas nasional, serta membangkitkan kebanggaan dan kesadaran nasional pada masyarakat. Sepakbola berfungsi sebagai alat komunikasi publik yang efektif dalam membentuk identitas nasional. Tim nasional sepakbola merepresentasikan negara dan bangsa dalam kancah internasional, memperkuat identitas nasional, dan memicu rasa kebanggaan dan kesadaran nasional di kalangan warga negara. Dalam konteks ini, tim nasional sepakbola dapat dianggap sebagai simbol identitas nasional yang kuat dan bermakna. Mereka

memperkuat identitas nasional melalui penggunaan simbol-simbol nasional seperti bendera, lagu kebangsaan, dan seragam tim yang mencerminkan identitas bangsa. Komunikasi publik yang dilakukan tim nasional baik secara langsung atau tidak langsung dapat menimbulkan semangat nasionalisme dan menaikan identitas kebangsaan.

Di lapangan, temuan langsung ini sudah baiknya dibiarkan saja, naiknya identitas nasional atau rasa nasionalisme lewat tim nasional sepakbola, merupakan peristiwa organik yang patut disyukuri bersama dan menjadi sebuah fenomena menarik. Selain itu, tim nasional sepakbola memainkan peran penting dalam meningkatkan dukungan publik dari satu negara. Dengan meraih kesuksesan dalam kompetisi internasional, tim nasional memicu rasa kebanggaan dan kesadaran nasional di kalangan warga negara, serta memperkuat rasa persatuan dan kesatuan bangsa. Peran tim nasional sepakbola dalam pembentukan identitas nasional memiliki dampak positif pada pembangunan bangsa. Dengan meningkatnya rasa kebanggaan dan kesadaran nasional, warga negara lebih termotivasi untuk berkontribusi pada pembangunan bangsa, meningkatkan kualitas hidup, dan memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa. Dalam kesimpulan, sepakbola berfungsi sebagai alat komunikasi publik yang efektif dalam membentuk identitas nasional, dan tim nasional sepakbola memainkan peran penting dalam meningkatkan dukungan publik, memperkuat identitas nasional, dan memicu rasa kebanggaan dan kesadaran nasional di kalangan warga negara.

DAFTAR PUSTAKA

Abrar, S., & Aneboa, A. K. (2024). Pemain Naturalisasi: Masalah Hukum, Nasionalisme, dan Identitas Sosial Dalam Sistem Sepakbola Elit Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *2*(2), 345-362.

Bayudewanto, A., & Junaedi, F. (2017). *Pola komunikasi organisasi pada Fans Club Juventini Boyolali dalam menjalin solidaritas (Studi deskriptif kualitatif tentang pola komunikasi organisasi pada fans Club Juventini di Boyolali)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.

Hanappi-Egger, E. (2024). The Role of Fans and Fan Clubs from a Management Perspective. In *Passion and Profit: The Dynamics of Soccer Fandom and Management* (pp. 19-36). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Moleong, L. J. (2010). *Metode Peneltian*. Rineka Cipta.

Ngadimin, N., & Sazali, H. (2024). Representasi Nasionalisme Dalam Sepakbola Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, *10*(1).

Perdana, K. E. (2018). Sepakbola Sebagai Media Solidaritas Politik Bagi Supporter Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, *3*(2).

Perdana, K. E. (2021). Sepakbola Sebagai Bentuk Baru Komunikasi Politik Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, *12*(1).

Perdana, K. E., & Utama, B. (2024). Football as Political Communication Tool for German Supporters. J*ournal Of Global Strategic Studies : Jurnal Magister Hubungan Internasional, 4*(2), 192-206. https://doi.org/https://doi.org/10.36859/jgss.v4i2.2975

Raflina, R. (2023). Fenomena Komunikasi Keluarga dalam Kesuksesan Timnas Sepak Bola Maroko Pada Piala Dunia 2022 di Qatar. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, *2*(9), 3505–3514.

https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i9.5666

Sugiyono, S. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Zuraida, E. A., Rusdianto Berto, A., & Utoyo, A. W. (2024). Pemetaan Youtube sebagai Dasar Pengembangan Strategi Komunikasi Timnas U-23. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, *6*(6), 2765–2774. https://doi.org/10.38035/rrj.v6i6.1145