

Strategi *Event* Liga Lapangbola dalam Mengembangkan Sepakbola Amatir

Michael Novan Clauss, Satya Indra Karsa

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
michaelclauss95@gmail.com

Abstract—Liga Lapangbola is presented through a more modern system, and aims to be a place for amateur football players to show their talents and improve their skills so as to encourage higher accomplishment for amateur football players. Liga Lapangbola delivers all information as a whole, all forms of match information can be accessed digitally through the website and application lapangbola.com including the schedule of each match, so that it can make it easier for supporters and players or league participants to obtain information. Liga Lapangbola is classified as an event. An event is an activity held to commemorate important things throughout human life, either individually or in groups that are bound by customs, culture, tradition and religion which is held for certain purposes and involves the community environment and is held at a certain time (Noor, 2013: 8). Liga Lapangbola is included in the type of Sport Event. The importance of organizing a sport event is that it has a positive impact on the development of society and increases personal abilities to manage and look for creative ways to develop things that were not thought of before (Noor, 2013: 19). This study examines the event strategy applied by the Liga Lapangbola with reference to the event management model of Golblatt. The purpose of this research is to examine the strategy of the Lapangbola League event in developing amateur football which includes event planning, the obstacles faced in implementing the event and the reasons why the Liga Lapangbola event aims at amateur football players. This research uses qualitative methods with a case study approach. The technique of collecting data comprises in-depth interviews with several persons involved in the implementation of the Lapangbola League event and literature study.

Keywords—Strategy, Event, Football Field League, Amateur Football

Abstrak—Liga Lapangbola dikemas dengan sistem yang lebih modern, dan bertujuan untuk menjadi wadah bagi pemain sepakbola amatir untuk menunjukkan bakat dan meningkatkan skill sehingga mendorong prestasi bagi pemain sepakbola amatir. Liga Lapangbola menyampaikan semua informasi secara keseluruhan semua bentuk informasi pertandingan dapat di akses secara digital melalui website dan aplikasi lapangbola.com. Termasuk jadwal setiap pertandingan, Sehingga dapat memudahkan supporter maupun pemain atau peserta liga dalam memperoleh informasi. Liga Lapangbola termasuk ke dalam sebuah event. Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan

lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor,2013:8). Pentingnya penyelenggaraan sport event berdampak positif pada perkembangan masyarakat dan meningkatkan kemampuan personal untuk mengelola, mencari cara-cara kreatif mengembangkan hal yang tidak terpikirkan sebelumnya (Noor,2013:19). Dalam penelitian ini akan meneliti mengenai strategi event yang di lakukan oleh Liga Lapangbola dengan mengacu pada model management event dari Golblatt. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi event Liga Lapangbola dalam mengembangkan sepakbola amatir yang meliputi perencanaan event, hambatan yang di hadapi dalam pelaksanaan event dan alasan mengapa event Liga Lapangbola diperuntukan bagi pemain sepakbola amatir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang terlibat dengan pelaksanaan event Liga Lapangbola serta studi kepustakaan. Hasil Penelitian ini yaitu Proses event Liga Lapangbola yaitu meliputi pengembangan dunia digital untuk pesepak bola amatir, mengubah mindset sepakbola sebagai gaya hidup, pemilihan venue yang strategis dan penyajian data, stakeholder yang terlibat dan sponsor dan melakukan evaluasi secara rutin dan langsung. Hambatan dalam pelaksanaan event Liga Lapangbola yaitu hambatan secara financial dan sumber daya manusia. Alasan Liga Lapangbola diperuntukan bagi pemain sepak bola amatir yaitu untuk memberikan pengalaman baru bagi pesepakbola amatir; mengembangkan pesepak bola amatir melalui dunia digital dan mengenalkan aplikasi digital berbasis web.

Kata Kunci—Strategi, Event, Liga Lapangbola, Sepakbola Amatir

I. PENDAHULUAN

Liga Lapangbola merupakan liga amatir pertama di Indonesia yang menyajikan pertandingan dengan fitur-fitur ala liga professional layaknya di Eropa. Liga Lapangbola merupakan event tahunan. Pada bulan Agustus 2019, Liga Lapangbola memasuki musim ke-2 nya. Liga Lapangbola menyampaikan semua informasi secara keseluruhan semua bentuk informasi pertandingan dapat di akses secara digital melalui website dan aplikasi lapangbola.com. Termasuk jadwal setiap pertandingan. Sehingga dapat memudahkan supporter maupun pemain atau peserta liga dalam memperoleh informasi. Liga Lapangbola dikemas dengan sistem yang lebih modern, dan bertujuan untuk menjadi wadah bagi pemain sepakbola amatir untuk menunjukkan bakat dan meningkatkan skill sehingga mendorong prestasi

bagi pemain sepakbola amatir.

Penelitian ini fokus pada strategi event Liga Lapangbola. Karena event tersebut merupakan satu-satunya event yang di selenggarakan dengan konsep pertandingan sepakbola profesional yaitu dengan menggunakan media digital sebagai media informasi dalam penyelenggaraan event tersebut. Alasan penelitian ini membahas mengenai strategi event, dikarenakan untuk menarik masa untuk menyaksikan pertandingan baik secara langsung maupun secara online melalui live steaming yang di sediakan oleh panitia pelaksana event tersebut haruslah memiliki Strategi yang tepat, karena kompetisi Liga Lokal khusus pemain sepakbola Amatir belum mawadahi secara maksimal pemain sepakbola amatir. Dalam penelitian ini akan meneliti strategi event Liga Lapangbola yang dilihat dari aspek manajemen event dan mengacu pada model manajemen event dari Goldbatt yaitu Research, Design, Planning, Coordination, Evaluation.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana strategi Event Liga Lapangbola dalam mengembangkan sepak bola amatir?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses pelaksanaan event Liga Lapangbola..
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan event Liga Lapangbola.
3. Untuk mengetahui alasan *event* Liga Lapangbola di peruntukan bagi pemain sepakbola amatir

II. LANDASAN TEORI

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2013: 8)

Special event menurut Goldblatt (1990) adalah suatu kegiatan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam empat hal penting: secara sensual, secara fisik, secara emosional, dan secara intelektual Dampak akhir dari sebuah special event adalah pada pikiran seseorang. Secara berurutan special event harus terlebih dahulu mendapatkan respon sensorik yang kemudian akan menciptakan kesempatan untuk partisipasi secara fisik, memastikan tingkat keterlibatan aktif. Setelah diinvestasikan secara fisik, peserta akan lebih bersantai, membuka pengalaman, dan membuat komitmen emosional. Saat ikatan emosional diinvestasikan, pikiran dapat bergerak, yang memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman baru (dalam Zubair, 2017:37).

Event Management adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan

kehadiran sebuah kegiatan (Goldblatt, 2013). Event sebagai media ataupun kegiatan komunikasi tentu juga memerlukan sebuah perencanaan yang nantinya akan mengarahkan demi tercapainya tujuan. Sebuah teori terkemuka tentang perencanaan dalam bidang komunikasi dikemukakan oleh Charles Berger. Berger menyebutkan bahwa, “Rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah representasi kognitif yang memberikan panduan untuk mencapai tujuan (dalam Littlejohn & Foss, 2008:185).

Secara lebih spesifik terdapat beberapa model perencanaan event, di antaranya adalah model “Event Management Cycle” yang ditawarkan oleh Joe Goldblatt dan Model “Event-E” oleh Oliver Thomas, Bettina Hermes dan Peter Loos. Goldbatt (2013:36-55) membagi perencanaan penyelenggaraan event ke dalam beberapa tahapan agar event terlaksana efektif dan efisien. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Research
Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggara dapat melihat trend yang sedang berkembang, mengembangkan sistem penyediaan layanan baru, dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi masalah besar. Terdapat tiga metode riset, yakni kuantitatif, kualitatif dan campuran.
2. Design
Fase ini merupakan kelanjutan dari proses riset yang dilakukan. Umumnya, proses ini dimulai dengan adanya brainstorming mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistic, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Fase ini juga dilakukan studi kelayakan event untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan event menyangkut tentang kemampuan finansial, sumber daya manusia, dan kondisi politik.
3. Planning
Planning dilakukan setelah analisis situasi dan bersamaan dengan tahapan design. Tahapan ini penyelenggara event mulai melakukan beberapa hal, di antaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk melakukan aksi, pertimbangan pemilihan tempat (venue), menentukan tim kerja, menentukan pengisi acara, bagaimana mempersiapkan layanan pendukung, bagaimana produksi, bagaimana mencari sponsor, dan sebagainya.
4. Coordination
Seorang manajer sebuah acara harus mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Fase ini terkait bagaimana komunikasi dengan internal panitia, stakeholder, vendor dan sponsor. Termasuk dalam hal ini rapat dan koordinasi dan komunikasi on site management.

5. Evaluation

Evaluasi dapat dilakukan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan survey kepuasan dan melakukan pencatatan berapa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain untuk mengamati event atau dengan metode telepon atau mail survey.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Strategi yang dibentuk untuk melaksanakan event ini memang efektif. Dalam memberikan kesan baru terhadap sebuah kegiatan, disini Liga Lapang Bola memiliki strategi event dalam proses pelaksanaan kegiatannya. Berawal dari pengembangan dunia digital untuk pesepak bola amatir, mengubah mindset sepak bola sebagai gaya hidup, pemilihan venue yang strategis dan penyajian data, stakeholder yang terlibat serta sponsor, serta evaluasi yang rutin dan secara langsung. Dengan alasan ingin proses pelaksanaan event tersebut berjalan sesuai dengan rencana yang diinginkan.

Ini adalah proses-proses yang dilewati oleh Liga Lapang Bola dalam proses pelaksanaan event tersebut. Setelah melalui proses-proses ini pasti memiliki hambatan yang di hadapinya itu adalah kurangnya sumber daya manusia pada saat masih dalam peleburan tim, lalu dalam finansial yang sangat apa adanya, sehingga sedikit membatasi dan memperlama proses pelaksanaan. Akan tetapi telah ditemukan solusi dari kedua hambatan ini yaitu dengan cara mencari sumber daya manusia yang berkompetensi, mau belajar, dan memiliki semangat bekerja yang gigih. Solusi ke dua dalam hal finansial Liga Lapang Bola mendapat sponsor dan di dukung penuh oleh KEMENPORA dan para sponsor lainnya. Terjadinya keterbatasan finansial dan pada saat sebelum event dilaksanakan pihak Liga Lapang Bola menerima dan bekerja sama dengan pihak KEMENPORA sehingga proses pelaksanaan event tersebut dapat berlangsung dengan baik dengan adanya yang mendukung Liga Lapang Bola. Dari alasan ini berjalan ke alasan mengapa diperuntukan untuk pesepak bola amatir, dalam hal ini terdapat beberapa mengapa diperuntukan kepada pesepakbola amatir

1. Memberi pengalaman baru bagi pesepak bola amatir
2. Mengembangkan pesepakbola amatir melalui dunia digital
3. Mengenalkan aplikasi digital kepada para pesepak bola amatir

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berjudul “Strategi Event Liga Lapangbola” dengan menggunakan metode studi kasus, dalam hal ini dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

Proses event Liga Lapangbola yaitu meliputi pengembangan dunia digital untuk pesepak bola amatir, mengubah mindset sepakbola sebagai gaya hidup, pemilihan venue yang strategis dan penyajian data, stakeholder yang terlibat dan sponsor dan melakukan evaluasi secara rutin dan langsung.

Hambatan dalam pelaksanaan event Liga Lapangbola yaitu hambatan secara finansial dan sumber daya manusia

Alasan Liga Lapangbola diperuntukan bagi pemain sepak bola amatir yaitu untuk memberikan pengalaman baru bagi pesepakbola amatir, mengembangkan pesepak bola amatir melalui dunia digital dan mengenalkan aplikasi digital berbasis web.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Goldblatt, Joe. 2013. *Special events*. Third edition. New York: John Wiley and Sons..
- [2] Noor, A. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- [3] Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [4] Feliza Zubair, Dara Anjani Shahidah. 2017. “Kajian Manajemen Special Event Goldblatt Dalam Road Show Santri Sehat Oleh Pt. Bio Farma” Dalam *Jurnal Manajemen* Vol 13 No . 1 (Hal.36-51)
- [5] Ramadiansyah Surya, Chaerowati Dede Lilis. (2021). *Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 1-9