

BAB II

SEPAKBOLA DALAM PERSPEKTIF POLITIK

Olahraga adalah setiap aktivitas yang mengandung sifat atau ciri permainan dan melibatkan unsur perjuangan mengendalikan diri sendiri atau orang lain atau konfirmasi dengan faktor alam. Olahraga mengakibatkan perbaikan dalam tubuh sehingga dapat mempengaruhi kehidupan seseorang dalam berbagai aspek. Dengan meminjam pepatah Romawi Kuno yang sudah melegenda yaitu, "*men sano in corpore sano*". Ungkapan ini memiliki arti dalam tubuh yang sehat diharapkan pula terdapat jiwa yang kuat. Sehingga setiap manusia yang sering melakukan kegiatan olahraga akan memiliki kesehatan rohani dan jasmani yang lebih baik dibandingkan manusia yang jarang atau tidak pernah melakukan kegiatan olahraga. (Rosdiani, 2012)

Dewan Eropa mendefinisikan olahraga sebagai "semua bentuk aktivitas fisik, yang, melalui partisipasi santai atau terorganisir, bertujuan untuk mengekspresikan atau meningkatkan kebugaran fisik dan kesejahteraan mental, membentuk hubungan sosial, atau memperoleh hasil dalam kompetisi di semua tingkatan." (Gunston, 2005)

Seiring dengan berjalanya waktu, perkembangan olahraga juga digunakan sebagai sarana untuk mengangkat harkat dan martabat. Hal tersebut dapat dicapai melalui prestasi yang membanggakan dibidang olahraga. Untuk mencapai tujuan tersebut, di Indonesia seperti misalnya telah ada Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI). KONI merupakan sebuah organisasi yang memiliki sebuah tujuan untuk menampung dan mewujudkan prestasi di bidang olahraga untuk mengikuti perkembangan olahraga dalam rangka untuk mengangkat harkat dan martabat bangsa. (KONI)

Olahraga bukan lagi sekadar hiburan. Mereka adalah bisnis besar. Selama periode 20 tahun, telah terjadi peningkatan 10.000% dalam sponsor olahraga, memengaruhi setiap olahraga yang mungkin bisa dibayangkan. Kebanyakan olahraga profesional tidak dapat beroperasi tanpa pembayaran hak siar televisi dan sponsor komersial. Bahkan pada level amatir, keuangan klub bergantung pada toko pakaian olahraga lokal untuk menyediakan setelan jersey dan peralatan bermain.

Olahraga memiliki tujuan yang sudah bergeser dari yang awalnya untuk membuat badan kita sehat dan berjiwa kuat menjadi sebuah lahan yang sangat menggiurkan bagi para pengusaha. Guna memahami tujuan olahraga yang mengalami sebuah pergeseran maka ada beberapa hal yang mampu mendorong pergeseran tersebut.

1. Perbedaan yang jelas antara bekerja dan liburan semakin tidak jelas dan mengubah jenis olahraga yang kita mainkan.
2. Dorongan untuk hiburan instan akan menempatkan tuntutan tinggi pada orang-orang olahraga dan industri.
3. Dorongan oleh media perusahaan dan bisnis lain untuk memiliki kesetiaan terhadap produk dan layanan.
4. Ketika badan-badan olahraga seperti Komite Olimpiade Internasional, Dewan Kriket Internasional, dan Dewan Rugby Internasional menjadi entitas neopolitik, keputusan mereka akan mengendalikan aspek-aspek kunci dari takdir dan kedaulatan negara-negara olahraga.
5. Hilangnya nilai-nilai inti dalam masyarakat yang telah menomor satukan Olahraga. (Gunston, 2005)

Olahraga merupakan sebuah industri yang meluas secara global sehingga tidak mengherankan bahwa olahraga adalah bisnis yang mempunyai sifat politis. Seperti halnya di Amerika Utara saja, pendapatan untuk olahraga profesional diharapkan melebihi \$ 67 miliar pada 2016. (Berr, 2016) Sekitar sepuluh kali lebih banyak dari total pengeluaran yang digelontorkan untuk kampanye di semua kantor federal A.S. tahun lalu (PwC, 2015). Pelobi mendukung sebuah akses yang lebih besar bagi perempuan berkecimpung ke dunia olahraga, adanya kontroversi pendanaan stadion yang melebihi batas, korupsi yang menimpa *Federation Instutional Football Association (FIFA)*, kejadian olahraga yang melibatkan universitas-universitas, dan negara-negara bersaing untuk sebuah turnamen hanyalah beberapa contoh bagaimana politik dan olahraga berinteraksi. (Gift & Miner, 2017)

Dalam kurun waktu yang panjang, olahraga memiliki keberagaman dalam bentuknya. Dari olahraga yang menggunakan fisik sampai non fisik. Olahraga fisik sering dijumpai di lingkungan umum seperti Basket, Sepakbola, Tenis meja dsb. Sedangkan olahraga yang menggunakan akal atau non fisik ialah catur.

Salah satu olahraga yang menjadi olahraga primadona di dunia ialah Sepakbola.. Banyak masyarakat dari yang tua hingga anak-anak di berbagai negara menggemari sepakbola. Meskipun tidak menggemarinya, setidaknya mereka mengetahui tentang apa itu sepakbola dan bagaimana cara memainkannya. Bahkan diberbagai negara sepakbola dijadikan sebagai ” *way of life*” mereka. Itu mengindikasikan bahwasanya memang sepakbola menjadi olahraga yang merupakan primadona di negara-negara dunia. (Bambang, 2014)

Sepakbola adalah sebuah olahraga yang memakai seluruh tubuh untuk memainkannya. Dalam pertandingan sepakbola ada dua tim kesebelasan yang bertanding untuk mencari kemenangan. Permainan ini dalam tiap kesebelasan berjumlah 11 orang, 1 diantaranya sebagai kiper atau menjaga gawang. Pemain menggunakan kaki, dada, kepala dan bahu untuk memainkan bola, sedangkan kiper ditambah dengan memakai tangan untuk menangkap bola. Permainan ini di dalam peraturan resmi FIFA dimainkan selama 90 menit dengan istirahat 15 menit ditengah-tengah waktu tersebut.

Sepakbola di Tiongkok terkenal dengan nama Tsu Chiu. Tsu Chiu ini merupakan latihan militer yang hanya dilaksanakan dalam perayaan ulang tahun raja di Tiongkok. Permainan ini awalnya menggunakan rumput yang dibentuk bulat yang kemudian dipakai untuk menjadi bola dan bola tersebut diarahkan ke sebuah jaring kecil yang terbuat dari bambu. Permainan ini pun tidak bola menggunakan tangan, dengan kata lain hanya boleh menggunakan kaki untuk menyepak bola dan dada, punggung, bahu serta kepala untuk memasukkan bola tersebut. Kemenangan sebuah regu/tim dibuktikan dengan tim mana yang paling banyak untuk memasukkan bola ke jaring lawan. (Srie Agustina, 2004)

Permainan sepakbola dengan permainan politik pada dasarnya memiliki persamaan. Keduanya sama-sama sebuah pertarungan, sebuah kompetisi untuk mendapatkan sesuatu yang bernilai intrinsik tinggi dan untuk mencapai kepentingannya masing-masing. Seperti halnya di permainan sepakbola bertarung dan mempertaruhkan segala yang dimiliki untuk mendapatkan hal yang mereka inginkan, hal disini berarti sebuah trofi sekaligus predikat bergengsi seperti juara *premier league* (Inggris), *la liga* (Spanyol), *champions league*,

atau juara *World Cup* (Piala Dunia) yang merupakan trofi paling bergengsi di dunia sepakbola. Dalam politik pun bertujuan untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi kepentingannya. Seperti misalnya dalam pemilihan presiden di sebuah negara. Para calon akan bersaing untuk menempati kursi sebuah presiden.

Setiap permainan politik tidak bisa jauh dengan *power* atau kekuatan. Pengertian politik sendiri selalu berkaitan dengan pembuatan keputusan untuk khalayak umum dan penggunaan *power* oleh seseorang ataupun kelompok orang untuk dapat mempengaruhi perilaku orang lain. Maka, setiap politisi sesungguhnya selalu berfikir bagaimana ia bisa berkuasa di pemerintahan.

Dalam perspektif tujuan pun permainan sepakbola tidak banyak berbeda dengan main politik. Pada akhirnya, uang yang dikejar oleh kedua permainan ini. Memang dalam politik, kemampuan “mengatur” dan “memerintah” kehidupan orang banyak merupakan sebuah kenikmatan tersendiri. Tapi akan berujung pada uang yang merupakan sasaran utama permainan politik. Uang bisa diraup dengan mudah dengan meraih kekuasaan terlebih dahulu. Sedangkan dalam sepakbola, uang hanya bisa diperoleh setelah sang pemain berhasil duduk di jajaran papan atas. Status pemain atas akan digenggamnya jika sang pemain memenuhi beberapa kriteria seperti konsisten dalam sebuah pertandingan, membawa klub yang dibela menjadi juara, dan dijadikan idola dimanapun dia berada. (Tjipta, 2013)

Permainan sepakbola sudah menjadi sebuah ladang untuk meraup sebuah keuntungan yang besar. David Beckham misalnya, seorang pesepakbola yang berdarah Inggris ini merupakan pesepakbola yang sangat disegani di Inggris. Bahkan waktu dalam acara pemandian anak Beckham, pangeran William dan Kate Middleton pun hadir dalam acara tersebut. Pemain ini pun memiliki kemampuan yang tidak bisa diragukan lagi. Diluar kemampuannya mengolah si kulit bunda ini pun Beckham dikenal memiliki kekayaan yang fantastis.

Salah satu contoh diatas menggambarkan proses pengayaan diri dalam dunia politik maupun sepakbola:

Permainan politik: *power* -> *abuse of power* -> *money*

Permainan sepakbola: *profesionalism skill* -> *fame* -> *money*.

Proses untuk menjadi kaya dalam permainan sepakbola tentu lebih sulit dibandingkan permainan politik. Paling tidak, pemain harus melalui proses bekerja yang lebih rumit.

Dari proses pengayaan diri diatas yang dimaksudkan “profesionalism” itu memang mencakup sebuah keterampilan pemain. Dalam ini dimaksudkan kehebatan dalam bermain bola dengan sesuai posisinya, entah kiper, striker atau bek. Kemudian pengakuan keterampilan dan terkenalnya pemain berasal dari fans atau publik, bukan dari pengakuan diri sendiri. Akhirnya setelah pemain itu dikenal dan mendapat sebuah pengakuan dari publik, uang akan datang ke sang pemain. Uang disini bukan dari gaji sang pemain dalam membela sebuah tim, namun berasal dari perusahaan papan atas yang mengontrak sang pemain untuk menjadi bintang iklan perusahaan tersebut. pemain bintang di dunia akan menjadi rebutan perusahaan untuk menjadikanya kolega dalam perusahaan nya guna untuk menambah nilai perusahaan dimata konsumen. (Pandit, Brazilian Football and Their Enemies, 2014)

Penulis memulai pembahasan pada bab ini dengan memaparkan sejarah sepakbola dan kaitanya dengan politik yang menjadikanya dasar dari pembahasan bab ini. Salah satu event terbesar sepakbola ialah piala dunia. *FIFA (Federation Internationale de football Association)* yang merupakan penyelenggara event tersebut merupakan sebuah organisasi internasional yang memiliki anggota melebihi organisasi sebesar PBB. Dalam bab ini akan dijelaskan secara jelas dari sejarah piala dunia, proses terpilihnya Brazil sebagai tuan rumah Piala Dunia tahun 2014 hingga dinamika yang dihadapi Brazil dalam persiapan menuju Piala Dunia 2014.

A. Awal mula Piala Dunia

Piala Dunia merupakan sebuah kejuaran sepakbola terbesar yang diselenggarakan oleh *FIFA (Federation International Football Association)*. FIFA adalah sebuah federasi internasional yang bergerak dalam olahraga sepakbola. FIFA berdiri pada tahun 1904, yang memiliki 208 negara anggota lebih banyak daripada anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yaitu 193 negara. FIFA setiap 4 tahun sekali menyelenggarakan sebuah kompetisi yang merupakan kompetisi

sepakbola terbesar di dunia. Sejak terselenggaranya Piala Dunia pertama kalinya pada tahun 1930 di Uruguay Piala Dunia semakin berkembang dalam popularitas dan prestise. (FIFA, The History of the FIFA World Cup)

Melalui Piala Dunia, FIFA meraup banyak keuntungan dari bentuk kerjasama yang terjalin. Beberapa aspek yang menjadikan FIFA meraup keuntungan ialah aspek penyiaran, sponsor dan partnership. Meskipun tidak bisa dipungkiri bahwasanya selain FIFA, negara penyelenggara pun meraup keuntungan yang tidak sedikit. Kompetisi yang diselenggarakan FIFA ini dapat mempengaruhi sebuah citra negara tuan rumah sebagai negara yang dipandang mampu untuk menyelenggarakan kompetisi sebesar Piala Dunia.

Terhitung sudah 21 kali Piala Dunia terselenggara. Negara-negara mempunyai hasrat untuk menjadi tuan rumah kompetisi paling prestisius ini. Seperti halnya Indonesia yang menargetkan menjadi tuan rumah Piala Dunia pada tahun 2022. Sayangnya keinginan negara Indonesia melalui Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) tidak menemui jalan yang mulus. Target yang sudah dicanangkan tersebut gagal total dikarenakan banyak faktor yang membuat Indonesia gagal menjadi tuan rumah Piala Dunia tahun 2022. Diperparah ketika PSSI dibekukan pada tahun 2011 oleh FIFA dikarenakan kasus dualisme kepengurusam yang berada di PSSI. Keadaan tersebut sedikit banyak mempengaruhi keputusan yang diambil FIFA dalam menentukan negara yang menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022. Dan akhirnya pada tahun 2010 FIFA memutuskan negara Qatar menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022 mengalahkan 5 kandidat lainnya seperti Amerika Serikat, Korea Selatan, Jepang dan Australia. (Tulis, 2005)

Dari kejadian diatas menggambarkan bahwasanya banyak negara menginginkan menjadi tuan rumah Piala Dunia. Bukan hanya negara maju yang mapan dari segi ekonomi, infrastruktur dan politik melainkan negara berkembang seperti Indonesia pun berharap menjadi tuan rumah kompetisi sepakbola terbesar di dunia. Piala Dunia memang memiliki daya tarik yang luar biasa untuk semua pihak dari negara penyelenggara, negara peserta hingga negara non peserta. Hal tersebut tidak mengherankan

diakarenakan sepakbola memang salah satu olahraga yang menyatukan.

B. Penyelenggaraan Piala Dunia tahun 2014 oleh Brazil

Membahas Brazil tidak bisa dipisahkan dengan sepakbola. Brazil adalah negara yang mencintai, menggilai sekaligus memuja sepakbola. Setiap laki-laki yang dilahirkan di Brazil hampir semuanya bermain sepakbola. Tidak heran jika Brazil ini tak kehabisan pemain-pemain yang berbakat dan pemain-pemain yang hebat. Semua ini dimungkinkan karena sepakbola adalah realitas sosial yang seakan-akan hadir begitu saja sebagai kenyataan yang tak bisa dihindari di Brazil.

Ini merupakan event piala dunia kedua kalinya yang diselenggarakan oleh Brazil (setelah 1950). Brasil menjadi negara kelima yang pernah menyelenggarakan Piala Dunia FIFA lebih dari satu kali, setelah Meksiko, Italia, Perancis, dan Jerman. Turnamen ini juga merupakan Piala Dunia FIFA pertama yang diselenggarakan di Amerika Selatan sejak Argentina 1978. Sebelumnya tidak ada negara Amerika Selatan yang menyelenggarakan Piala Dunia FIFA lebih dari satu kali. (Pandit, Brazilian Football and Their Enemies, 2014)

1. Proses terpilihnya Brazil menjadi tuan rumah Piala Dunia tahun 2014

Menjadi tuan rumah event sepakbola terbesar di dunia merupakan keinginan berbagai negara. Negara maju dan negara berkembang pun ikut merebutkan menjadi tuan rumah. Karena keistimewaan sebuah event Piala Dunia FIFA terbukti terletak pada aspek terkenalnya atau populernya sepakbola yang mendunia itu sendiri. Ditambah lagi menurut Moses Phahlane, dibandingkan olahraga lain memang sepakbola memiliki daya tarik yang dapat menarik massa lebih banyak daripada olahraga lain.

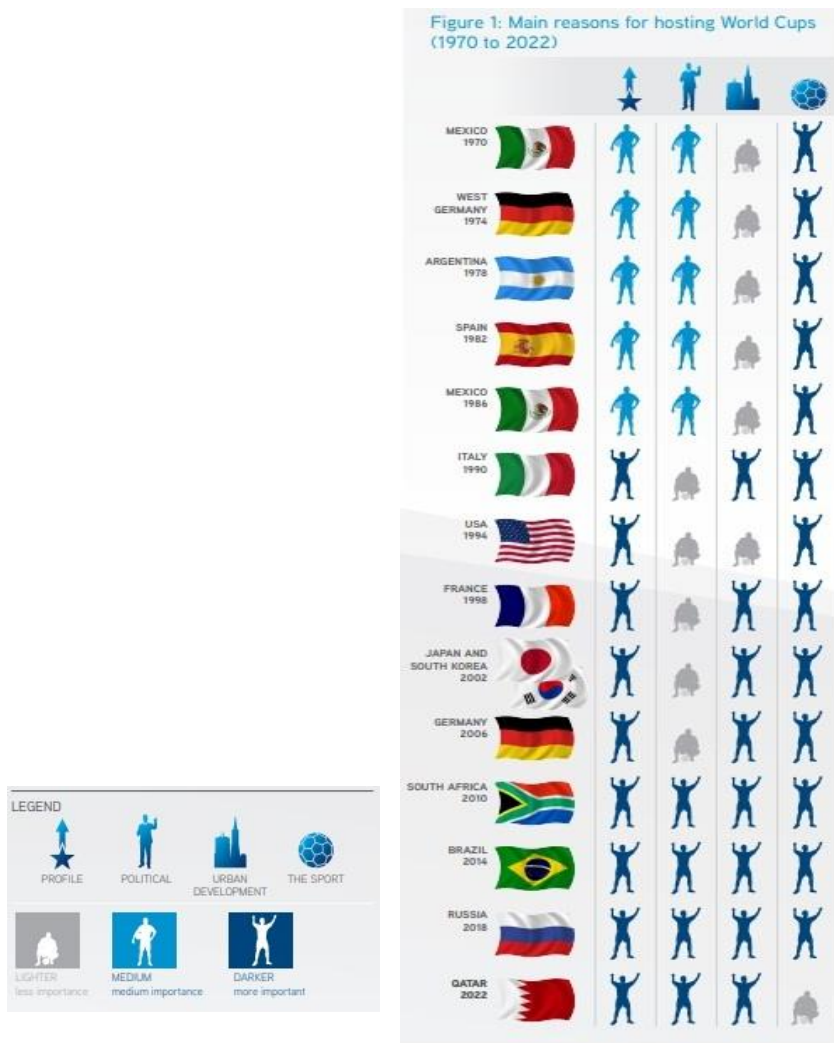
“Kita harus mempertimbangkan motivasi suatu negara (dan kota-kotanya) untuk menjadi tuan rumah sehingga tinjauan berimbang tentang manfaat bersih dapat dibuat.”

Roger Hobkinson

Director / Destination Consulting / EMEA

Terdapat beberapa dasar pandangan dalam menentukan motivasi pencalonan tuan rumah kompetisi dunia, yakni pembangunan, penguatan identitas, dan liberasisasi politik dan HAM. Sedangkan menurut Walter dan Roger alasan-alasan bagi suatu negara yang mengajukan menjadi tuang rumah ajang kompetisi dunia, antara lain:

- a. Peningkatan profil, dilakukan sebagai ‘place branding’ dan pasar bagi negara maupun masyarakat
- b. Untuk kepentingan politik, mendemonstrasikan bahwa sebagai negara yang modern, transparansi, dan menegaskan diri dalam perannya di kawasan maupun internasional
- c. Pembangunan perkotaan, membawa maju proyek-proyek infrastruktur dan real estat untuk mendukung strategi pembangunan ekonomi perkotaan , nasional, dan regional
- d. Pada bidang olahraga, untuk mempromosikan olahraga, partisipasi dan keuntungan untuk hidup sehat. (Boettcher & Hobkinson, 2014)



Gambar 1. Alasan utama menjadi tuan rumah Piala Dunia (1970-2022)

Sumber : <http://www.colliers.com/-/media/AABE48CE722C462BAC4169AAD920ADA9.ashx> (diakses pada 3 Mei 2019)

Brasil secara resmi mendeklarasikan penawarannya pada bulan Desember 2006 dan diikuti Kolombia beberapa hari kemudian. Pada tanggal 11 April 2007, Kolombia menarik diri dari pemilihan tuan rumah, Francisco Santos Calderón wakil president Kolombia mengumumkan bahwa Kolombia malah akan menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20 FIFA 2011. Dengan keputusan itu, Brasil menjadi kandidat resmi tunggal untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia 2014. Brasil memengankan hak untuk menjadi tuan rumah pertandingan pada tanggal 30 Oktober 2007 sebagai negara satu-satunya yang memasuki penawaran.

Delapan belas lokasi menunjukkan minat untuk menjadi penyelenggara Piala Dunia diantara: Belem, Belo Horizonte, Brasilia Campo Grande, Cuiba, Curitiba, Florianopolis, Fortaleza, Goiania, Maceio, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio Branco, Rio de Janeiro, Salvador dan Sao Paulo Maceio mengundurkan diri pada Januari 2009. (Caetano, 2012)

Menurut kebiasaan FIFA, tidak ada lebih dari satu kota dapat menggunakan dua stadion, dan jumlah kota-kota tuan rumah terbatas dari antara delapan ke sepuluh kota. Konfederasi Sepak Bola Brasil (CBF) meminta izin untuk memakai 12 kota menyelenggarakan Piala Dunia. Pada tanggal 26 Desember 2008, FIFA memberikan izin kepada rencana CBF untuk menggunakan 12 kota.

Bahkan sebelum 12 kota tuan rumah dipilih, ada sedikit keraguan bahwa tempat yang dipilih untuk pertandingan final akan menjadi Maracanã di kota Rio de Janeiro, yang juga menjadi tuan rumah pertandingan penentuan Piala Dunia FIFA 1950. Semulanya niat CBF adalah untuk menyelenggarakan pertandingan pembukaan di Estádio do Morumbi di Sao Paulo, kota terbesar di Brasil. Akan tetapi, pada tanggal 14 Juni 2010 stadion itu dikeluarkan dari salah satu stadion tuan rumah turnamen karena kegagalan untuk memberikan jaminan keuangan untuk perbaikan diperlukan untuk memiliki sebagai sebuah tempat yang memenuhi syarat. Pada akhir Agustus 2010, CBF mengumumkan bahwa pertandingan pembukaan akan

diadakan di Arena Corinthians di kota São Paulo dan meskipun stadion ini awalnya dirancang untuk memiliki kapasitas 48.000 kursi, proyek telah diubah untuk meningkatkan setidaknya 65.000 untuk membuatnya memenuhi syarat untuk pertandingan pembukaan. (Berr, 2016)

12 kota tuan rumah untuk Piala Dunia FIFA 2014 diumumkan pada tanggal 31 Mei 2009. Belém, Campo Grande, Florianópolis, Goiânia dan Rio Branco ditolak. Setengah dari kota-kota tuan rumah yang dipilih akan memiliki permmainanya di tempat-tempat baru yang dibangun khusus untuk Piala Dunia, sementara stadion lainnya direnovasi.

Dilaporkan sebesar US\$3.47 milyar telah dihabiskan untuk proyek stadion. Lima dari kota-kota tuan rumah yang dipilih memiliki tempat-tempat dengan prestise baru yang dibangun khusus untuk Piala Dunia, sedangkan Stadion Nacional Mane Garince di ibukota Brasilia dihancurkan dan dibangun kembali, dan enam sisanya sedang banyak direnovasi. Stadion Maracanã di Rio de Janeiro, sudah memegang rekor kehadiran (199,854) untuk pertandingan Final Piala Dunia FIFA, yang merupakan terbesar dari stadion dan akan menggelar final. CBF awalnya ditujukan untuk menjadi tuan rumah pertandingan pembukaan di Sao Paulo pada Stadion Morumbi tetapi dicoret pada tahun 2010 dan digantikan oleh Arena Corinthians setelah gagal untuk memberikan jaminan keuangan untuk perbaikan yang diperlukan.

Stadion baru pertama, Castollo, di Fortaleza, mulai beroperasi pada Januari 2013. Menurut Joe Leahy dari *Financial Times*, pekerjaan di Castelo, “bisa menjadi contoh bagi pekerjaan umum olah raga lainnya”, sejak proyek tersebut “datang dalam anggaran lebih murah per kursi” dibandingkan dengan stadion Maracanã di Rio. Enam dari tempat yang disediakan sedang digunakan selama Piala Konfederasi FIFA 2013. Penyelesaian Arena Corinthians telah terhalang oleh runtuhnya derek yang fatal pada bulan

November 2013 yang menghancurkan bagian dari stadion dan menewaskan dua pekerja konstruksi. (Stroeken, 2002)

2. Dinamika penyelenggaraan Brazil sebagai tuan rumah Piala Dunia 2014

Satu hal yang menonjol lagi adalah masalah keamanan selama jalannya Piala Dunia FIFA 2014. Aksi vandalisme dan kerusuhan sempat mewarnai jalannya Piala Konfederasi (kejuaraan yang merupakan pra Piala Dunia), ditambah dengan aksi unjuk rasa demonstran yang menuntut penolakan diselenggarakannya Piala Dunia FIFA 2014 merupakan ancaman keamanan yang cukup serius dan ditambah unjuk rasa dari supir transportasi pada Piala Dunia FIFA yang menuntut kenaikan upah serta mengancam akan memboikot jalannya Piala Dunia FIFA 2014. (Gibson, 2014)

Hal diatas merupakan sebuah ancaman terhadap jalannya Piala Dunia FIFA 2014. Untuk menjamin keamanan selama penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2014, pemerintah Brasil telah menghabiskan dana hingga jutaan dolar. Uang tersebut diinvestasikan dalam melindungi stadion, delegasi Piala Dunia FIFA 2014 dan pemain sepak bola dari berbagai negara yang ikut dalam jalannya Piala Dunia FIFA 2014.

Demi menjamin keamanan jalannya Piala Dunia FIFA 2014, pemerintah Brazil tidak segan-segan untuk menggunakan tindakan kekerasan terhadap aksi yang dapat mengancam keamanan jalannya Piala Dunia FIFA 2014. Ini adalah sebagai bentuk jaminan keamanan yang diberikan oleh pemerintah Brazil akan jalannya Piala Dunia FIFA 2014. Menteri olahraga Brazil menyampaikan dalam wawancaranya pada pembukaan Piala Konfederasi bahwa:

" Kekerasan, vandalisme dan penjarahan adalah ilegal dan tidak dapat ditoleransi, Kementerian menekankan bahwa hak untuk demonstrasi akan dihormati, selama orang-orang pergi ke jalan-jalan "dengan damai."

Sports Ministry

Dari apa yang disampaikan oleh menteri olahraga Brazil tersebut menunjukkan keseriusan oleh pemerintah

Brasil untuk melawan segala tindakan yang dapat mengancam keamanan pada jalannya Piala Dunia FIFA 2014 demi untuk menciptakan suasana yang kondusif dan menjaga *image* Brazil di mata dunia internasional. (Iraheta, 2014)

3. Upaya kampanye Piala Dunia 2014 oleh Brazil

Selain membangun infrastruktur untuk penyelenggaraan Piala Dunia 2014, pemerintah Brazil juga berusaha untuk mempromosikkan event Piala Dunia ini ke domestik maupun Internasional. Kebijakan ini diambil untuk menambah upaya kampanye yang dilakukan oleh FIFA dalam mempromosikkan event Piala Dunia 2014.

Tema "*Brazil Sencacional*" ini menjadi suatu pacuan dalam pembentukan pesan utama melalui materi kampanye Piala Dunia FIFA 2014 yang dibangun oleh pemerintah Brasil bersama LOC FIFA 2014. Pada beberapa materi kampanye Piala Dunia FIFA diharuskan memenuhi unsur dari tema "*Brazil Sencacional*" yakni menunjukkan bahwa Brasil sebagai negara yang memiliki potensi pariwisata baik berupa alam, sosial dan budaya serta mengajak para masyarakat domestik dan internasional untuk berkunjung ke berbagai potensi pariwisata Brazil. Berikut penulis akan menampilkan berbagai materi kampanye promosi Piala Dunia FIFA 2014 yang memiliki unsur dari temaa "*Brazil Sencacional*".

a. Slogan Piala Dunia 2014



Gambar 2. Slogan Piala Dunia 2014

Sesuai dengan tema Piala Dunia FIFA 2014 diadakan di Brazil, slogan yang digunakan adalah “*All in One Rythm*”. Slogan ini ingin menampilkan bahwa sepak bola merupakan segala- galanya bagi masyarakat Brazil. Slogan ini menunjukkan lima pilar yang merepresentasikan Brasil sebagai penyelenggara Piala Dunia FIFA 2014 yakni sebagai masyarakat yang kohesif, inovatif, keindahan alam Brasil, sepak bola dan hidup penuh kebahagiaan. (FIFA, Emblem)

Dalam acara launching slogan resmi Piala Dunia FIFA 2014, menteri olahraga Brasil yakni Aldo Rebello mengatakan bahwa :

“Slogan ini adalah undangan bagi semua warga Brasil untuk bersama-sama dan merayakan rasa bangga yang luar biasa pada posisi negara kita di panggung global dan peran kita sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA 2014. Ini juga merupakan undangan untuk semua orang, warga Brasil dan pengunjung internasional, melalui Piala Dunia FIFA 2014, untuk menemukan dan menjelajahi ritme baru Brasil: ritme persatuan dan keragaman, ritme inovasi, ritme alam, ritme alam, ritme alam sepak bola dan ritme budaya Brazil.”

Dari apa yang disampaikan oleh Aldo Rebello menunjukkan bahwa slogan tersebut merupakan ajakan pada semua masyarakat Brazil untuk merayakan kebanggaan menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2014. Dan juga untuk mengundang seluruh orang baik masyarakat Brasil maupun masyarakat internasional untuk menyaksikan Piala Dunia FIFA 2014 serta mengeksplorasi berbagai kesatuan dan keberagaman Brazil dalam sepak bola, alam dan budaya masyarakat Brasil. Selain itu pemerintah Brazil bersama FIFA dan LOC juga merilis iklan slogan Piala Dunia FIFA 2014 melalui youtube dan FIFA TV.



Gambar 3. Keindahan Brazil

Pada iklan slogan Piala Dunia FIFA 2014 tersebut, menampilkan segala hal yang ada di Brazil. Mulai dari keindahan alam, kekayaan flora dan fauna Brazil, keanekaragaman budaya Brazil hingga menampilkan euforia para suporter sepak bola dalam pagelaran Piala Dunia FIFA 2014. Pada iklan tersebut untuk menunjukkan bahwa semua yang ditampilkan dalam iklan tersebut merupakan sebuah suatu kesatuan yang ada di Brazil. (Kishan, 2016)

b. Emblem Piala Dunia 2014

Salah satu komponen penting dalam pembentukan citra adalah dengan membuat emblem resmi sebagai penanda identitas sebuah *event*. Penggunaan emblem juga dilakukan pada Piala Dunia FIFA 2014. Dimana emblem ini wajib dipasang pada setiap *jersey* pemain tim sepak bola yang menjadi wakil dalam Piala Dunia FIFA 2014. Emblem ini digunakan untuk menandai identitas Piala Dunia FIFA 2014, peran dari emblem ini sendiri memiliki kekuatan dalam merepresentasikan secara visual atas *event* Piala Dunia FIFA 2014 dengan negara penyelenggara Piala Dunia FIFA 2014 yakni Brasil.



Gambar 4. Emblem Piala Dunia 2014

Emblem Piala Dunia FIFA 2014 ini digambarkan dengan bentuk rangkaian tiga tangan yang membentuk trophy piala dunia. Warna dari emblem hijau dan kuning ini sesuai dengan warna bendera nasional negara Brasil, hal ini bertujuan untuk menunjukkan identitas Brasil sebagai *host country* atau penyelenggara Piala Dunia FIFA 2014. (FIFA, Emblem) Gambar Emblem yang berbentuk tangan ini dikandung maksud untuk menunjukkan bagaimana Brasil menerima dengan tangan terbuka dan menyambut dengan hangat akan penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2014 padaseluruh lapisan masyarakat dunia internasional. Emblem ini didesain dengan konsep dua elemen utama yakni kemenangan dan persatuan. Emblem ini ingin menyampaikan kepada seluruh masyarakat dunia internasional akan ide dan keunikan antara FIFA sebagai induk organisasi sepak bola dunia dengan Piala Dunia FIFA 2014 dan Brasil sebagai negara penyelenggara Piala Dunia FIFA 2014.

c. Maskot Piala Dunia 2014



Gambar 5. Maskot Piala Dunia 2014

Maskot dari Piala Dunia FIFA 2014 adalah Fuleco the Armadillo. Fuleco yang merepresentasikan binatang khas Brazil yang yakni *three banded armadillo*, armadillo ini termasuk dalam keluarga "*tolypeutes tricinctu*". Armadillo ini merupakan satu-satunya hewan yang memiliki habitat di Brazil dan hewan ini dilindungi oleh pemerintah Brazil karena terancam punah. Armadillo dijadikan maskot Piala Dunia FIFA 2014, karena hewan ini merupakan hewan ciri khas Brazil dan diharapkan dengan dijadikannya hewan ini sebagai maskot untuk menunjukkan dan memberikan pesan kepada masyarakat untuk menjaga hewan armadillo ini dari kepunahan.

Nama Fuleco ini diambil dari kata-kata yang ada di dalam bahasa portugis yakni *futebol* (*football*) dan *ecologia* (*ecology*). Nama Fuleco ini digunakan untuk merepresentasikan bahwa pada Piala Dunia FIFA, sepak bola dan ekologi dapat dikombinasikan dimana dengan terselenggaranya Piala Dunia FIFA akan mampu mendorong orang untuk bersikap ramah lingkungan.

Warna kulit dari Fuelco ini merupakan warna dari bendera nasional Brazil. Fuelco menggunakan kaos yang bertuliskan Brazil 2014 yang merepresentasikan bahwa Brasil sebagai tuan rumah dari Piala Dunia FIFA 2014. Disamping itu tempurung Fuelco yang berwarna biru tersebut merepresentasikan keindahan alam Brazil, dan komitmen dari Brasil untuk tetap melindungi dan menjaga lingkungan. (FIFA, Official Mascot)