
PERLAWANAN TERHADAP HEGEMONI KLUB PROFESIONAL SUPERLIGA, BISAKAH?

Faisal Rifandi¹, Mukhijab²

^{1,2}Program Studi Sosiologi Universitas Widya Mataram
faisalrifandi128@gmail.com¹, mukhijab1966@gmail.com²

Abstract

The Indonesian football industry prioritizes business. The monetization of football, through the commercialization of tickets, jerseys, and advertisers' intervention in commercial products, has transformed the entertainment arena into a model of hegemony over spectators. Football clubs have turned supporters into a target market for business, neglecting the role of sport in humanity. Research on the football club and company, PT Persib Bandung Bermartabat (PBB), demonstrates this situation. Therefore, football clubs are part of the superstructure that controls players and fans, as well as business maneuvers. Resistance to the club's hegemonic posture has emerged from an alternative club in West Java, with its mission to restore football to spectacle and entertainment. This alternative club, organized as an amateur club, aims to counter-hegemony against a professional club like Persib Bandung. The alternative club's operations are not supported by sufficient economic capital or adequate support. This research shows that resistance to a professional club like Persib Bandung is like untangling a wet thread. An alternative club that intended to stand up for its ideals, namely, developing football to humanize its supporters, was instead marginalized, and its resistance failed miserably. Keywords: Persib, industry, football, supporters.

1. PENDAHULUAN

Sepak bola menjadi olahraga paling populer di dunia, jumlah penggemar mencapai 3,5 miliar, penggemar olah raga ini di Indonesia mencapai 69 % dari 275,77 juta jiwa pada 2022, disusul Arab Saudi (67 %), Uni Emirat Arab (65 %), India (61 %), Argentina (51 %), Brasil (50 %), Afrika Selatan (50 %), dan seterusnya (Annur, 2022). Karena popularitas olahraga sepak bola, legenda sepak bola Argentina, Diego Maradona, mengatakan, “*football isn't a game, not a sport, it's a religion*” (Sucahyo, 2022).

Karena jumlah penggemar yang luar biasa besar, sepak bola menjadi beragam modal. Sepak bola menjadi modal simbolik warga dalam menyatukan sekaligus memecahkan masyarakat. Pilihan klub berbeda, kelompok masyarakat terlibat konflik (Hapsari, 2015). Kemudian, modal simbolik dalam politik, misalnya, masyarakat Mesir memboikot pemilihan presiden tahun 2018. Sebanyak satu juta pemilih merusak surat

suara dengan menempelkan stiker Mohamed Salah pada surat suara (Tempo, 2018). Salah mendapatkan satu juta suara atau sekitar 5% mengalahkan Moussa Mustafa yang hanya mendapatkan 2,92% suara (Bachrain, 2018).

Asosiasi-asosiasi sepak bola dunia yang salah satu contohnya adalah FA (*Football Association*) sebuah federasi sepak bola Inggris yang mengembangkan sepak bola modern dan dikemas sebagai industri olahraga (Bola, 2007). Inisiatif awal industrialisasi ini dilakukan oleh Presiden *Federation Internationale de Football Association* (FIFA) Joao Havelange bekerja sama dengan Horst Dassler dan Adi Dassler, pemilik Adidas (perusahaan pakaian atau peralatan penunjang olahraga) pada Piala Dunia di Argentina 1978 (Fajar, 2021).

Industrialisasi sepak bola dijalankan juga oleh para pemilik klub-klub sepak bola profesional di berbagai negara. Manajemen klub sepak bola mengelola sebagai Perusahaan (Lutfiyyah, 2021), agar klub-klub memiliki kekuatan finansial yang selangit, misalnya Arsenal pada 2023 kekuatan finansialnya mencapai 345 juta dolar AS (Rp.6,87 triliun) (Sawitri, 2023). Di Indonesia, Persib yang dikelola dengan sistem Perusahaan modern, berkembang menjadi Perusahaan olah raga yang mapan juga (Widyatama, 2016), tidak disubsidi oleh pemerintah daerah, sebagaimana pernah terjadi pada masa Persarikatan dan Galatama (Pusat Data dan Analisa Tempo, 2019) (Aditya, 2019); (Dadang, 2007).

Selepasnya klub dari APBD karena adanya UU Nomor 3 Tahun 2005 dan Permendagri Nomor 22 Tahun 2011 (Wibowo, 2021), klub mengandalkan bisnis dari tiket yang dijual ke supporter, produk-produk merchandise seperti jersey, dan iklan produk dari sponsor (Syah, 2015).

Tabel 1. Data Penjualan Merchandise Persib Bandung Tahun 2023

Data Penjualan			
Bulan	Terjual	Bulan	Terjual
Januari	781.193.000	Juli	911.921.300
Februari	934.641.300	Agustus	707.195.500
Maret	405.990.400	September	629.420.000
April	1.256.138.800	Oktober	838.739.800
Mei	681.268.000	November	945.652.300
Juni	658.902.700	Desember	883.578.100

(Sumber: Yasti, 2023)

Di bawah naungan PT Persib Bandung Bermartabat (PBB), Persib berhasil mengkapitalisasi pasar (market cap) dan manajemen klub meraih puluhan triliun rupiah (Rachman, 2024). Industrialisasi Persib Bandung adalah bagian dari bentuk relasi kuasa

sepak bola dan klub yang membangun kuasa hegemonik terhadap suporter. Hegemoni termasuk kemampuan modal untuk menjelaskan kepentingan sempit yang bersifat sektoral, profesional, atau lokal menurut kepentingan yang jauh lebih luas yang berhubungan dengan etika politik baik di dalam maupun di luar proses kerja (Poespowardojo, 2016).

Industrialisasi itu menyisakan banyak masalah, terutama masalah eksploitasi suporter. Mereka menjadi objek bisnis untuk mendukung klub menjadi profesional, yang ditandai dengan ketersediaan dana yang memadai. Sifat sepak bola sebagai hiburan digerus oleh orientasi bisnisnya. Komersialisasi penonton itu memantik para pegiat sepak bola untuk menghadirkan klub-klub sepak bola kolektif atau klub alternatif, seperti FC *Riverside Forest* FC Bandung, sebuah klub yang bertemakan *punk football* yang dikelola secara kolektif dan lahir atas muaknya dominasi pemilik klub (pemodal utama) serta pemangku kepentingan yang kemudian membuat sepak bola tidak murni lagi (Ismail, 2023). Kemudian *Rainfall* FC Bogor, yang berdiri pada tanggal 7 Januari 2023 (Wilantika, 2024; Pemerintah Daerah Kota Bogor, 2021). Klub ini dimiliki bersama oleh sejumlah individu dan elemen masyarakat. Suporter klub sepak bola ini tergabung dalam kelompok yang bernama *Deer Troops*. Apakah kehadiran klub ini bisa mengembalikan sepak bola sebagai orkestrasi kemanusiaan dan hiburan serta menandingi hegemoni olahraga sepak bola oleh klub-klub profesional?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kajian pustaka merupakan salah satu proses dalam melakukan penelitian dengan cara mencari, membaca, menganalisis berbagai literatur, hasil penelitian atau kajian studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan (Amruddin, 2022). Dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

Jurnal Dani Achmad Wiraharma, mahasiswa Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya tahun 2022, dengan judul “Apakah Model Sepak Bola Modern Telah Gagal?”. Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* atau tinjauan pustaka yang merupakan tahap pengkajian terhadap penelitian terdahulu untuk menghasilkan sintesis baru. Kuantitas sumber penelitian dipilih sesuai dengan keperluan pendeskripsian analitik, maka dengan itu literatur sebagai sumber dapat dibatasi dengan deskripsi pembahasan yang sesuai dengan fokus penelitian.

Hasil penelitian tersebut menemukan adanya kemajuan dan perubahan yang didasari borjuisasi dalam sepak bola hanya dapat menimbulkan eksploitasi, komodifikasi, dan kemajuan sepak bola modern hanya mementingkan keuntungan dapat menggeser nilai-nilai solidaritas dalam sepak bola yang kemudian memproduksi masyarakat individualis dan dikaburkan dengan realitas eksploitasi dalam sepak bola (Wiraharmana, 2023).

Jurnal Oki Achmad Ismail dan Dimas Satrio Wijaksono, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Bandung tahun 2023, dengan judul “Kontra Hegemoni *Punk Football* Terhadap Industri Sepak Bola Indonesia”. Penelitian ini juga menggunakan teori dan perspektif Antonio Gramsci tentang hegemoni dan kontrahegemoni. Secara metodologis, kualitatif digunakan sebagai dasar metode yang mengacu pada tiga kelompok metode: kajian analisis teks, kajian tentang budaya, dan metode analisis kerja, pengalaman individu serta institusi. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi pustaka dengan melakukan kajian terhadap penelitian sebelumnya. Atas pengakuan dan kesadaran itulah kelompok suporter di Kota Bandung mendirikan sebuah klub yang bernama Riverside Forest FC, sebuah klub alternatif dengan pengelolaan kolektif yang mengusung ideologi *Punk Football* pertama kali di Indonesia. Kemunculan klub ini menandakan sebuah bentuk resistensi atas hegemoni industri sepak bola Indonesia (Ismail, 2023).

Dari kajian jurnal penelitian yang pertama, ia menjelaskan mengenai industrialisasi dan modernisasi sepak bola yang menimbulkan perlawanan dari suporter, dan jurnal yang kedua membahas klub punk football menggunakan teori hegemoni dan kontrahegemoni Gramsci, di mana klub modern arus utama melakukan hegemoni dan menimbulkan klub baru sebagai alternatif untuk menjadi kontrahegemoni. Kedua penelitian ini mendapatkan data melalui metode *literature review* dan hanya melalui media sosial. Keduanya memiliki benang merah yang sama, yaitu membahas industrialisasi dan modernisasi dalam sepak bola. Yang berbeda dengan penelitian ini ialah metode penelitian dan variabel penelitiannya; penelitian ini menggunakan metode partisipatif yang bertemu langsung dengan para penggiat sepak bolanya dan variabel objek penelitiannya yaitu FC Rainfall.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Creswell (2009) dalam buku Kusumastuti (2019) menyatakan bahwa proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data. Pendekatan kepada partisipan dilakukan guna menggali informasi mengenai penelitian. Kepekaan terhadap objek sangat diperlukan karena dalam penelitian kualitatif harus spesifik dalam mengumpulkan data.

Dengan pendekatan metode studi kasus, menurut John W. Creswell (2015), maka penelitian ini harus mengeksplorasi suatu fenomena yang dapat menjadi kasus tertentu pada waktu dan aktivitas (program, peristiwa, proses, organisasi, atau kelompok sosial) dan mengumpulkan informasi yang rinci dan mendalam dengan menggunakan bermacam-macam pengumpulan data serta prosedur dalam jangka waktu tertentu. Tujuan

utama dari studi kasus adalah agar dapat dengan mudah memahami isu-isu, problem, atau fokus yang jauh lebih spesifik guna mendapatkan data yang lebih mendalam guna menunjang keabsahan riset.

Menurut Stake (1995) dalam bukunya Creswell (2015), studi kasus dapat dibedakan dalam konteks tujuan dari analisis kasusnya; terdapat tiga variasi dalam hal tujuan: studi kasus instrumental tunggal, studi kasus kolektif atau majemuk, dan studi kasus intrinsik. Dalam studi kasus instrumen tunggal terfokus pada isu yang selanjutnya dipilih suatu kasus terbatas untuk diilustrasikan persoalannya, kemudian dalam studi kasus kolektif, satu isu dipilih tetapi terjadi pemilihan ragam studi kasus untuk mengilustrasikan isu tersebut.

Proses pengambilan data mengenai Persib Bandung dilakukan dengan mencari sumber-sumber dari media sosial, yakni jurnal, media online, website, dan lainnya yang memuat informasi yang terkait dengan penelitian. Lalu, dalam proses pengambilan data dengan FC Rainfall sedikit berbeda, pengambilan data dari media online dan media sosial resmi klub juga dilakukan. Namun, observasi lebih dalam dengan berpartisipasi dalam beberapa kegiatannya juga dilakukan, ditambah dengan proses wawancara yang dilakukan pada Maret 2025 oleh Fahri, perwakilan.

Analisis teknis dilakukan dalam dua tahap: pertama, penulis mengelola data dari hasil wawancara dan sumber lainnya untuk diintegrasikan dengan uraian tentang temuan, dan tahap kedua, penulis memahami dan memaknai temuan dengan perspektif teoretis. Sesuai dengan pendekatan studi kasus, penulis telah melalui diskusi dalam forum grup diskusi yang melibatkan para pendukung klub alternatif.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Hasil riset ini menemukan bahwa klub sepak bola profesional Liga 1 (Superliga) merekayasa komersialisasi sepak bola dengan mengkapitalisasi penonton secara masif. Mereka menghegemoni penonton dengan mengataskan kompetisi sepak bola. Persib Bandung menjadi klub paling berhasil dalam menyangga industrilisasi sepak bola dan mengkapitalisasi pendukungnya. Transfermarkt.co.id menempatkan penonton rata-rata pertandingan Persib pada 24.225 per pertandingan. Selama League 2025/2026, sebanyak 1.411.830 penonton. Ini mengungguli Persija (377.475 penonton) dan Persebaya Surabaya (278.231 penonton). Adapun fans klub mencapai 22 juta. Maka valuasi Persib pada masa kompetisi 2024-2025 mencapai Rp1,1 triliun.

Penggemar sepak bola di Jawa Barat menjadikan klub sepak bola yang berada di Kota Bandung itu sebagai representasi tunggal klub profesional di Jawa Barat, meskipun terdapat klub profesional lainnya di provinsi tersebut, seperti Persita Tangerang. Masyarakat didominasi oleh kebesaran dan kemasyhuran Persib, dan ini berlangsung tanpa paksaan dan kekerasan. Situasi ini terbentuk oleh pengaruh nilai-nilai Persib sebagai klubnya warga Jawa Barat dan dukungan terhadap klub ini bersifat terwariskan. Ini situasi yang disebut Gramsci sebagai hegemoni ketika penggemar sepak bola menerima

kekuatan dan kekuasaan nilai-nilai budaya dan ekonomi Persib secara sukarela. Mereka tidak menyadari bahwa mereka menjadi objek kapitalisasi bisnis sepak bola oleh manajemen Persib Bandung. Karena kekuatan Persib Bandung yang dahsyat, klub-klub profesional yang tidak memiliki akar budaya Sunda terpinggirkan.

Para penggerak dan penggemar sepak bola yang ingin mengembalikan sepak bola sebagai hiburan semata, dengan melakukan kontra-hegemoni. Mereka terobsesi bahwa sepak bola seharusnya sebagai hiburan dan tontonan yang bisa dinikmati secara santai dan tanpa beban finansial, dan bebas dari komersialisasi. Lahirnya FC *Rainfall* membawa angin segar, berdiri dengan kolektif bersama suporter, komunitas lokal, dan mereka yang mencintai sepak bola. Fathur, penggerak klub ini, menjelaskan bahwa sepak bola seharusnya anti-rivalitas negatif dan keributan, maka lahir klub dari penggemar sepak bola dan dimiliki oleh penggemarnya, yang sekadar hidup dengan menjual tiket murah, Rp 15.000,00–Rp 20.000,00 (Wawancara, 22 Maret 2025). Identitas klub sebagai gerakan kemanusiaan.

“Kita membuat klub sebagai rumah gerakan-gerakan (kemanusiaan). Kemudian mengungkap nilai dan semangat kolektivitas. Kita selalu ada pertemuan bersama klub atau bersama para pemain, itu ketika suporter, pemain melebur secara bersama-sama kita membuat beberapa acara, yaitu ada Going Underground, diskusi publik, itu jadi salah satu ruang-ruang yang kita adakan bersama teman-teman suporter agar sekiranya kita tetap tau apa yang ditransparasikan dalam klub ini.” (Wawancara, 26 Maret 2025).

Dalam hal kepemilikan, klub ini juga berbeda dengan klub arus utama, ketika ditanyai mengenai modal atau pemilik klub seperti yang ada di dalam klub arus utama, Restu (Prung, 2025) menyampaikan keterangan, “Klub ini sih bareng-bareng yang punya juga ya barudak (elemen individu yang terlibat dalam FC *Rainfall*) semua, ga ada investor atau sponsorlah, sempat ada sponsor yang mau masuk, tapi kita tolak sih, lumayan, 75 juta mereka ngasih”.

Dengan semangat kolektif dan berjejaring, mereka menolak adanya kepemilikan modal utama yang dominan di klub. Dengan itu, klub menjunjung tinggi sikap egaliter yang bukan hanya berada dalam struktur, tetapi juga dalam segala lini yang melingkupi FC *Rainfall*. Sebab tidak ada individu yang lebih dominan, segala langkah dan keputusan yang diambil yang mencakup urusan klub diputuskan secara bersama-sama.

“Kita bayar tiket mahal tapi nonton saja dipersulit. *Rainfall* mengubah stigma itu. Kita menciptakan main sepak bola di mana saja, di lapangan kampung atau stadion standar internasional. Ketika klub profesional dibangun untuk menciptakan hegemoni terhadap superter dan elemen lainnya, itu dibangun secara sengaja; sebaliknya, kita membangun secara kolektif urusan sepak bola ini. Ketika kita awal main bola untuk klub ini, biaya patungan Rp 15.000 per orang.” (Wawancara, 26 Maret 2025).

FC Rainfall adalah pilihan untuk menciptakan antitesis dari klub sepak bola arus utama. Mereka melakukan kegiatan-kegiatan perlawanan yang dikonotasikan Gramsci sebagai *war of position* (perang posisi), membongkar sistem pertahanan yang mendukung hegemoni klub-klub profesional. Mereka melakukan berbagai manuver.

1). Perlawanan Keras

Operasionalnya, klub-klub membuat liga sendiri dan tidak akan mengikuti kompetisi di bawah naungan PSSI.

“Yang pertama, kita nggak masuk liga di bawah naungan PSSI sih, Mas, karena kita menciptakan budaya sendiri, kita buat hal-hal baru yang konsepnya dari kita sendiri, seperti adanya kompetisi sendiri dengan tidak melibatkan PSSI. Nah, di dalam kompetisi itu juga kita undang klub-klub kolektif lain yang visinya hampir samalah kayak kita” (Wawancara, 22 Maret 2025).

Kemudian FC Rainfall dan klub-klub alternatif mengorganisir dan menyerukan boikot terhadap kompetisi yang dikuasai PSSI.

2) Perlawanan Pasif

Rainfill bersama klub alternatif menggalang para mantan pemain liga profesional dan pemain yang ditolak oleh liga untuk bergabung dalam klub alternatif (Feby, wawancara, 26 Maret 2025). Idealisme bersepak bola diutamakan, mendahului kepentingan finansial. “Kompetisi di luar PSSI ini harus jalan, setiap pemain kita bayar pada setiap pertandingan saja.”

Terdapat kelemahan secara finansial dalam klub alternatif ini. Dari segi gaji pemain, tidak dibayar secara reguler. Pembayaran setiap main untuk biaya transportasi pemain dan makan. “Gaji pemain belum sebesar dan selancar klub profesional karena kita ada keterbatasan mendapatkan keuangan” (Fatur, wawancara, 22 Maret 2025). Di balik kelemahan itu, pemain memiliki kebebasan. Mereka bisa main untuk hiburan, siapa saja yn terdaftar di klub alternatif bisa ikut bermain. Febi, mantan pemain profesional, menggambarkan kebebasan dalam bersepak bola sebagai kenikmatan.

“Ketika menjadi pemain liga profesional, kita enggak bisa bergerak bebas, tidak bisa menyuarkan hak gua pribadi, takut kontraknya diputus oleh manajemen klub. Kalau di klub alternatif ini kan gua bisa bergerak bebas mau menyuarkan hal apa pun itu.”(Wawancara, 26 Maret 2025).

3). Perlawanan Humanistik

Strateginya menjaga menit bermain setiap pemain yang tergabung dalam klub alternatif dan menjaga harmoni antarsuperoter di berbagai kota yang berbeda (Ni'am, 2013), berkolaborasi dengan mitra hiburan seperti grup musik dan produk merchandise, serta menyelenggarakan pertandingan antarklub di berbagai kota pada level lokal, kabupaten, provinsi, nasional, dan internasional. “Even kolaborasi dan pertandingan

sepak bola level internasional dilakukan dengan klub yang ada di Malaysia” (Fatur, wawancara, 22 Maret 2025). Ekspresi perlawanan humanistik juga dilakukan dalam bentuk *Merch-Making Market* (MMM) 21–23 Maret 2025, acara penjualan *merchandise* musik yang melibatkan berbagai elemen dengan tujuan membangun sinergi antarmusisi, ilustrator, label musik, vendor, promotor dan penggemar dalam menciptakan inovasi serta memperluas jaringan (Afrialldi, 2025).

Kolaborasi semacam itu sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru penekanannya terdapat pada potensi kelompok dan pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok dengan ruang perhatian pada jejaring sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama (Rembon, 2013).

4). Narasi Perlawanan dan Agensi Kolektif.

Strategi ini disebut juga aktivisme, tindakan yang dilakukan dengan tujuan membawa perubahan dalam masyarakat, untuk mencapai tujuan perlawanan hegemoni klub-klub Superliga Indonesia (Nurbani, 2019). Operasionalnya, FC Rainfall beserta klub lain mengadakan kompetisi di Stadion Padjajaran, Kota Bogor pada 1 Mei 2024, bertepatan Hari Buruh. Kesempatan itu untuk bertanding sekaligus meyuarkan perlawanan terhadap ketidakadilan pekerja, menuntut hak dan kesejahteraan pekerja (Syafitri, 2019). Instagram Rainfall mengunggah narasi soal itu:

“Sepak bola menjadi arena untuk membentangkan perlawanan dan protes terhadap ketimpangan yang ada di sekitar kita, sebagai bara api untuk menyulut perjuangan para kawan-kawan. Sepak bola menjadi salah satu cara untuk tetap bertahan mempertahankan hak-hak yang sejatinya kita miliki” (FC Rainfall, 2024).

Terdapat dua program yang dituturkannya, Program *Underground City Series* yang pergi ke kota guna bertanding dengan klub yang serupa di kota yang ditujunya. Purbalingga, Jawa Tengah, menjadi kota pilihan pertama dalam program ini, bertanding melawan Kaliburg FC selaku tuan rumah, dan satu lagi klub asal Cilacap bernama Losbertos FC. Pertandingan yang dilakukan selama satu hari itu berlangsung di Stadion Goentoer Darjono, Purbalingga, tidak hanya bermain sepak bola saja, tetapi sebagai bentuk silaturahmi dan diskusi bertukar pikiran, terdapat juga *Gigs Pre-Match Syndrome* sebagai kegiatan untuk bersenang-senang lainnya (FC Rainfall, 2024). “Kita mengajak masyarakat untuk menikmati sepak bola, meyuarkan sepak bola tanpa kekerasan, melambungkan isu-isu sosial dan solidaritas ke dalam stadion dalam bentuk spanduk-spanduk” (Wawancara, 22 Maret 2025).

Langkah-langkah yang cukup progresif terutama dalam memberikan akses bagi masyarakat untuk menikmati sepak bola, mengingat di sepak bola arus utama harga tiket yang terus meningkat setiap tahunnya membuat terjadi pergeseran segmen penonton sepak bola. Masyarakat dengan pendapatan yang tergolong kecil akan susah membeli tiket pertandingan. Namun, FC Rainfall menawarkan sepak bola yang lebih terjangkau, tak pandang kelas; siapa pun bisa menikmatinya. Terlebih dengan beberapa gerakan

mereka yang sangat dekat dengan isu-isu akar rumput yang diharapkan dapat di-*notice* oleh masyarakat dan menjadi pengingat.

5. PENUTUP

Industrialisasi sepak bola di Indonesia menumbuhkan klub-klub profesional sekelas Persib Bandung. Pada level ini, klub mengembangkan olahraga sepak bola sebagai bisnis dan tontonan komersial. Prinsip klub adalah meraih akumulasi keuntungan finansial. Strateginya menjadikan suporter sebagai konsumen yang memiliki potensi ekonomi dan bisa ditekan untuk membelanjakan uangnya kepada klub apabila mereka ingin menjadi anggota klub, suporter, mendapat tiket ke stadion, jersey, dan pelayanan lainnya. Penempatan suporter sebagai konsumen mengantarkan sepak bola sebagai industri tontonan, mengesampingkan sepak bola sebagai hiburan. Klub sepak bola bersama regulator kompetisi melakukan hegemoni terhadap suporter sepak bola dan para pemain sepak bolanya.

Dominasi klub profesional melahirkan resistensi sekaligus perlawanan dari para suporter bersama aktor-aktor intelektual dengan menghadirkan klub sepak bola alternatif, di antaranya FC Rainfall Bogor. Klub dikelola secara mandiri tanpa melibatkan federasi, investor, dan sponsor, dan dimiliki bersama oleh pendiri dan suporter tanpa ada yang dominan dalam penyertaan modal di dalamnya. Manajemen pengelolaan secara kolektif, setiap orang yang memiliki kompetensi bergiliran mengelola klub dan menyelenggarakan kompetisi maupun kegiatan sosial, dengan visi utama menyajikan sepak bola sebagai tontonan yang menghibur, yang mampu diakses siapa pun, termasuk suporter miskin.

FC Rainfall melakukan perang posisi terhadap klub arus utama, selain menjadikan sepak bola tanpa kekerasan di dalam dan di luar lapangan, akses sepak bola mudah didapat oleh masyarakat, dan lainnya. Pergerakan pun dilakukan dengan cara tidak mengikuti liga di bawah naungan PSSI dan membuat kompetisi sendiri, menolak investor masuk, bekerja sama dengan band-band musik yang sejalan, aktif dalam event di luar sepak bola guna menunjukkan eksistensinya, dan lainnya. Selain menolak berkecimpung dalam hal apa pun di bawah naungan PSSI dan membuat kompetisi sendiri, FC Rainfall juga aktif dalam kegiatan seperti segmen musik dengan kolaborasi bersama The Kuda, Morfem, dan Dongker yang sekaligus menjadi jembatan bagi mereka untuk merambah ke segmen musik, dan juga berbagai macam program yang menasar masyarakat secara langsung seperti Underground Village Series yang ditujukan sebagai program solidaritas dan keberpihakan FC Rainfall kepada masyarakat yang terdusur.

Meskipun perlawanan klub alternatif terlaksana secara terstruktur, melibatkan banyak klub alternatif, serta suporternya, hegemoni klub-klub liga profesional tidak terbendung. Para pemangku klub profesional bersama regulator klub dan penyelenggara kompetisi bergeming dan menganggap resistensi terhadap penyelenggaraan kompetisi profesional sebagai angin kecil yang menghembus sesaat, dan tidak membahayakan

sama sekali klub-klub liga profesional di Indonesia. Misi klub alternatif untuk menggerus dan mengakhiri hegemoni klub professional Superliga seperti menegakkan benang basah saja.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Desember 8). Survei Ipsos: Indonesia punya Penggemar sepak bola Terbesar di Dunia. *Katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/olahraga/statistik/522de0f585f0915/survei-ipsos-indonesia-punya-penggemar-sepak-bola-terbesar-di-dunia>
- Bola, S. S. (2007). SEPAK BOLA. *acedemia.edu*.
- Sucahyo, N. (2022, Oktober 9). Fanatisme Suporter Indonesia dan 'Agama' Kedua Bernama Sepak Bola. *Voa Indonesia*. Retrieved from <https://www.voaindonesia.com/a/fanatisme-suporter-indonesia-dan-agama-kedua-bernama-sepak-bola-/6782157.html>
- Hapsari, I. &. (2015). Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola. *Jurnal Psikologi*, 8(1).
- Tempo. (2018, Maret 13). Cegah Boikot Pemilu, Mesir Hadiahkan 500 Orang Umrah Gratis. *Tempo*. Retrieved from <https://www.tempo.co/internasional/cegah-boikot-pemilu-mesir-hadiahkan-500-orang-umrah-gratis-959320>
- Bachrain, A. (2018, April 3). Salah Raih Satu Juta Suara di Pemilihan Presiden Mesir. *CNN Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20180403030023-142-287756/salah-raih-satu-juta-suara-di-pemilihan-presiden-mesir>
- Fajar, F. J. (2021). *FUTBOLEANDER: Sepak bola Dibalik Kamera*. Jakarta: Calibus Pustaka.
- Lutfiyah, I. &. (2021). Analisis Akurasi Model Altman Modifikasi (Z''-Score), Zmijewski, Ohlson, Springate dan Grover Untuk Memprediksi Financial Distress Klub Sepak Bola. *Jurnal Akuntansi*, 46-60.
- Sawitri, Y. M. (2023, Agustus 3). 10 Klub Sepak Bola Terkaya di Eropa: MU Ternyata Tak Masuk 3 Besar. *Bola.com*. Retrieved from <https://www.bola.com/dunia/read/5360348/10-klub-sepak-bola-terkaya-di-eropa-mu-ternyata-tak-masuk-3-besar>
- Widyatama, F. (2016). VORSTENLANDSCHE VOETBAL BOND TAHUN 1923-1942. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 4(3).
- Pusat Data dan Analisa Tempo. (2019). *SERI 1: Sejarah Panjang Kiprah Persib Bandung Menguasai Perserikatan*. Jakarta Selatan: Tempo Publishing.
- Aditya, L. (2019, November 24). Merger Perserikatan dan Galatama, Awal Era Liga Indonesia. *detik*. Retrieved from https://sport.detik.com/sepak_bola/liga-indonesia/d-4796336/merger-perserikatan-dan-galatama-awal-era-liga-indonesia

-
- Dadang. (2007, Februari 27). Di Balik Gemerlap Liga Indonesia. *ITS NEWS*. Retrieved from <https://www.its.ac.id/news/2007/02/27/di-balik-gemerlap-liga-indonesia/>
- Wibowo, A. (2021). Hukum Bisnis. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-179.
- Syah, M. F. (2015). *Mencintai Sepak bola Indonesia meski Kusut; Kisah-kisah dari Pinggir Lapangan*. Yogyakarta: Indie Book Corner.
- Kristiyanto, E. N. (2016). MENGAPA APBD BUKAN UNTUK KLUB SEPAK BOLA PROFESIONAL ? *Rechts Vinding*.
- Yasti, A. S. (2023). Analisis Dampak Hasil Pertandingan Sepak Bola. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(6), 5263-5268.
- Safira, A. (2023, November 30). Kajian Vol. 5 Sports Economics: Kajian Olahraga Sepak Bola: Dari Olahraga Menjadi Industri. *FEB UGM*. Retrieved from <https://microdashboard.feb.ugm.ac.id/kajian-vol-5-sports-economics-kajian-olahraga-sepak-bola-dari-olahraga-menjadi-industri/>
- Wiraharmana, D. A. (2023). APAKAH MODEL SEPAK BOLA MODERN TELAH GAGAL? *Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*.
- Cnbc. (2022, November 30). Alert! 400-500 Orang Tewas Karena Piala Dunia Qatar, Kenapa?. *CNBC*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221130122255-4-392474/alert-400-500-orang-tewas-karena-piala-dunia-qatar-kenapa>
- Khun, G. (2019). *Soccer vs. The State: Tackling Football and Radical Politics*. PM Press.
- Ismail, O. A. (2023). Hegemoni Punk Football Terhadap Industri Sepak bola Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Volume XIII.
- Amruddin, S. P. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kusumastuti, A. &. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Creswell, J. W. (2015). *PENELITIAN KUALITATIF & DESAIN RESET: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wilantika, E. I. (2024, Maret 6). Tentang Kota "Hujan" Bogor. *DJKN Kemenkeu*.
- Pemerintah Daerah Kota Bogor. (2021). *Letak Geografis*. Retrieved from kotabogor.go.id: <https://kotabogor.go.id/index.php/page/detail/9/letak-geografis>
- Prung Station. (2025, Februari 2). *MEET THE OWNWERS : FC RAINFALL | LAHIR SEPAK BOLA KOLEKTIF DARI KOTA BOGOR* . Retrieved from Youtube: https://youtu.be/j_nm5fmf4hQ?si=BRTppq5CamfUlpRE
- FC Rainfall. (2023, Februari 5). *Instagram*. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/p/CoSUUWbvPeh/?igsh=MTZkanM2OGFxbXNrag>

- Pratama. (2025, Maret 22). Lapangan Sepak Bola Tak Hanya Jadi Tempat Ajang Pertandingan Olahraga Semata, Lebih dari itu Ia Menjadi Medan Perlawanan. *Halimun Salaka*. Retrieved from <https://halimunsalaka.com/lapangan-sepak-bola-tak-hanya-jadi-tempat-ajang-pertandingan-olahraga-semata-lebih-dari-itu-ia-menjadi-medan-perlawanan/>
- Jhonson, D. P. (1981). *TEORI SOSIOLOGI KLASIK DAN MODERN 1*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ida, R. (2017). *BUDAYA POPULER INDONESIA: Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Prung. (2025, Februari 2). *MEET THE OWNERS : FC RAINFALL | LAHIR SEPAK BOLA KOLEKTIF DARI KOTA BOGOR*. Retrieved from Youtube: https://youtu.be/j_nm5fmf4hQ?si=BRTppq5CamfUlpRE
- Fanani, M. F. (2023, November 1). Viral Petugas Persija Larang Jakmania Pasang Bendera Palestina lalu Bilang 'Kalau Mau Dukung ke Palestina Aja'. *Merdeka*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/trending/viral-petugas-persija-larang-jakmania-pasang-bendera-palestina-lalu-bilang-kalau-mau-dukung-ke-palestina-aja-42548-mvk.html?page=3>
- Ni'am, L. U. (2013). Sayap Selatan Elang Jawa: Ekspresi Identitas Fanatisme BCS PSS Sleman. *Jurnal Studi Pemuda*, 187-200.
- Rembon, R. (2013). *MODAL SOSIAL MASYARAKAT PERKOTAAN*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Afrialdi, R. (2025, Maret 9). Merch-Making Market (MMM) 2025: Titik Sambung Ekosistem Merchandise Musik Siap Digelar di Jakarta. *CXO MEDIA*. Retrieved from <https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20250313163253-24-181232/merch-making-market--mmm--2025-titik-sambung-ekosistem-merchandise-musik-siap-digelar-di-jakarta>
- Nurbani, & A. (2019). Aktivisme Sosial Mengenai Isu Lingkungan Hidup Di Instagram (Studi. *TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts*, Volume 2 Issue 3.
- Syafitri, R. (2019). Gerakan Buruh Di Indonesia Dalam Analisis Teori Perjuangan Kelas Karl Mark. *urnal Masyarakat Maritim*, 3(2), 36-49.
- FC Rainfall. (2024, Mei 10). *Instagram*. Retrieved from Instagram.com: <https://www.instagram.com/p/C6yFshVLwml/?igsh=MWxlYmV2emo3dzcxBQ==>
- FC Rainfall. (2024, Juli 28). *Instagram*. Retrieved from Instagram.com: https://www.instagram.com/p/C98d_ECS-E8/?igsh=MzcxYTZtd3NiMng=
- FC Rainfall. (2025, April 19). *Instagram*. Retrieved from Instagram.com: <https://www.instagram.com/p/DInBsDWzuUk/?igsh=MTl6czVjOTM3b3Fk>
- Salasah, B. (2023, Juni 28). Persib dan PSSI Mengelola Cinta Menjadi Sumber Daya Sepak Bola. *Kompas*. Retrieved from

-
- <https://www.kompas.id/baca/olahraga/2023/06/26/persib-dan-pssi-mengelola-cinta-menjadi-sumber-daya-sepak-bola>
- Rachman, V. (2024, Juni 2). Juara Liga 1, Kapitalisasi Pasar Sponsor Persib Capai Rp9,9 Triliun. *SWA*. Retrieved from <https://swa.co.id/read/447466/juara-liga-1-kapitalisasi-pasar-sponsor-persib-capai-rp929-triliun>
- Persib. (2025, Mei 7). *Persib Bandung*. Retrieved from [Persib.co.id: https://persib.co.id/article-details/persib-raih-lisensi-klub-profesional-tanpa-catatan](https://persib.co.id/article-details/persib-raih-lisensi-klub-profesional-tanpa-catatan)
- Poespowardojo, T. M. (2016). *Diskursus teori-teori kritis: Kritik terhadap kapitalisme klasik, modern, dan kontemporer*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Jannah, N. (2019). Realitas pesantren dan kebijakan pendidikan Islam dalam perspektif hegemoni Antonio Gramsci. *Journal of Islamic Education Research*, 1(01), 1-21.
- Persib. (2025). *Persib Bandung*. Retrieved from [Persib.co.id: https://persib.co.id/term/ticket-purchase-policy](https://persib.co.id/term/ticket-purchase-policy)
- Agustina, I. R. (2023). Kontra-Hegemoni Ukraina terhadap Rusia melalui Meme pada Akun Twitter@ Ukraine. *Sospol*, 9(1), 140-159.
- Darma, I. W. (2019). HEGEMONI KASTA BRAHMANA TERHADAP KASTA SUDRA NOVEL TARIAN BUMI KARYA OKA RUSMINI. *Ikip Widya Darma Surabaya*.
- Siswati, E. (2017). Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media.*, 5(1), 11-33.
- Velrahga, K. D. (2023). Kontra-Hegemoni Masyarakat Adat Mollo Kepada Negara Dalam Pemberitaan Project Multatuli. *Gerakan Kontra-HegemPetanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 6(1), 44-57.
- Pandit Football. (2023, Mei 14). *x*. Retrieved from *X*: <https://x.com/panditfootball/status/1657620293358067712?s=46>
- Adi, S. R. (2024). PENGEMBANGAN SAJIAN KULINER TIONGHOA KHAS KOTA BOGOR DALAM KONSEP FINE DINING. *Doctoral Dissertation-Poltekpar NHI Bandung*.
- Citradewi, A. P. (2023). BENTUK HEGEMONI DAN KONTRA-HEGEMONI DALAM NOVEL KITA PERGI HARI INI KARYA ZIGGZEZSYAZEVIENNAZABRIZKIE. *Kajian Sosiologi Sastra*.
- Ikhwan, A. &. (2022). Oposisi Masyarakat Sipil Kontra Hegemoni Negara Melalui Media Sosial Youtube di Era Pemerintahan Presiden Joko Widodo. *MelalJournal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 4(1), 33-46.
- Baihaqi, A. (2025, Maret 31). 7 Klub dengan Rata-rata Penonton Terbanyak di BRI Liga 1 2024/2025. *Detik*. Retrieved from <https://www.detik.com/jatim/sepak-bola/d-7850439/7-klub-dengan-rata-rata-penonton-terbanyak-di-bri-liga-1-2024-2025>
- Banjarnahor, D. N. (2021). *ILMU NEGARA*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA.

- Rediko, A. E. (2024, November 19). Persib Bandung Resmi Gandeng Viking Persib Club untuk Penjualan Tiket Tribun Timur. *Pikiran Rakyat*. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/bola/pr-018792979/persib-bandung-resmi-gandeng-viking-persib-club-untuk-penjualan-tiket-tribun-timur>
- Maulana, I. (2025, Mei 25). Riuh! Momen Dedi Mulyadi Ikut Konvoi Perayaan Persib Juara di Bandung. *Kompas TV*. Retrieved from <https://www.kompas.tv/regional/595453/riuh-momen-dedi-mulyadi-ikut-konvoi-perayaan-persib-juara-di-bandung>
- Snaaz, E. (2025, Januari 21). Persib Sesalkan Aksi Rasisme Terhadap Pemain Dewa United: Ajak Bobotoh Jadi Suporter Yang Baik. *Bola*. Retrieved from <https://www.bola.com/indonesia/read/5889194/persib-sesalkan-aksi-rasisme-terhadap-pemain-dewa-united-ajak-bobotoh-untuk-jadi-contoh-suporter-yang-baik>
- Wakita, K. B. (2025, Februari 4). Persib x Rawtype Riot Hadirkan Fesyen dengan Identitas Bandung Pride. *Skor*. Retrieved from <https://skor.id/post/persib-x-rawtype-riot-hadirkan-fesyen-dengan-identitas-bandung-pride>
- Ridwan. (2019). Identitas Sunda Modern Pada Desain Sampul Majalah Mangle No. 2610 Edisi 5–11 Januari 2017. *Jurnal Komunikasi dan Desain Visual*, 1(1).
- Hadi, A. (2024). BOBOTOH PERSIB DI ERA DIGITAL:(RE) KONSTRUKSI IDENTITAS “KESUNDAAN”. *Setelah Algoritma: Media Baru dan Perubahan Sosial di Indonesia*, 49.
- Andreski, S. (1989). *Max Weber: Kapitalisme, Birokrasi, dan Agama*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.