



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 6540-6552

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Peran Dan Model Strategi Komunikasi Asosiasi Provinsi (Asprov) Pssi Jawa Tengah Dalam Menyelenggarakan Kompetisi Sepakbola Liga 3 Jawa Tengah 2023

Muhammad Ulinnuha^{1✉}, Limpad Nurrachmad²

Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang

Email: mhmdulnhaa88@students.unnes.ac.id^{1✉}

Abstrak

Kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 merupakan program kerja PSSI Jawa Tengah dalam menjalankan tugasnya sebagai organisasi sepakbola Jawa Tengah. Komunikasi diperlukan demi kelancaran kompetisi agar semua klub dan masyarakat dapat mengikuti perkembangan kompetisi dengan baik. Penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan validitas diperiksa melalui triangulasi sumber dan data. Validitas data melalui triangulasi teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Asprov PSSI Jawa Tengah menerapkan model strategi komunikasi menurut Hafield Cangara, mencakup tahapan penelitian komunikasi, perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, pengukuran atau evaluasi, dan pelaporan kompetisi. Namun, terdapat kendala dalam melakukan komunikasi tersebut. Simpulan penelitian mengenai strategi komunikasi Asprov PSSI Jawa Tengah menggunakan model strategi komunikasi sesuai dengan teori strategi komunikasi oleh Hafield Cangara yaitu penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*execute*), pengukuran atau evaluasi (*measure*), dan pelaporan (*report*).

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, PSSI, Liga 3 Jawa Tengah*

Abstract

The 2023 Central Java League 3 Competition is a work program of PSSI Central Java in carrying out its duties as a Central Java football organization. Communication is needed for the smooth running of the competition so that all clubs and the community can follow the development of the competition properly. The research uses qualitative descriptive with observation data collection techniques, interviews, and documentation with validity checked through triangulation of sources and data. Data validity through triangulation of data collection techniques, and data analysis techniques involves data reduction, data presentation, and data verification. The results of the study show that the Central Java PSSI Asprov implements the communication strategy model according to Hafied Cangara, including the stages of communication research, communication planning, communication implementation, measurement or evaluation, and competition reporting. However, there are obstacles in carrying out this communication. The conclusion of the research on the communication strategy of the Central Java PSSI Asprov uses a communication strategy model in accordance with the communication strategy theory by Hafied Cangara, namely research, planning, execute, measure or evaluation, and report.

Keywords: *Communication Strategy, PSSI, Central Java League 3*

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah aspek dasar yang terus berkembang, berperan sebagai media interaksi sosial dalam menyampaikan dan menerima informasi, baik di tingkat individu maupun kelompok, yang memungkinkan pertukaran ide dan keterampilan dalam masyarakat (Akib & Wisnu, 2022). Istilah komunikasi berasal dari kata latin "*communis*" yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Pandaleke & Waleleng, 2020). Komunikasi merupakan proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua pihak atau lebih. Manusia tidak bisa hidup tanpa adanya orang lain, mereka saling mengadakan interaksi satu sama lain dalam kepentingan yang sama maupun dalam bentuk yang berbeda, saling tukar pikiran dan pendapat untuk menyatukan persepsi. Untuk kebutuhan semuanya itu tak terlepas dari adanya komunikasi antar individu dan individu dengan kelompok manusia itu sendiri (Siti & Siregar, 2012).

Melalui komunikasi, manusia dapat memahami orang lain. Komunikasi berfungsi sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Terdapat berbagai bentuk umum komunikasi, seperti bahasa, sinyal, pembicaraan, tulisan, gerakan, dan penyiaran. Komunikasi juga dapat bersifat interaktif, transaktif, bertujuan, atau bahkan tidak bertujuan. (Siregar *et al.*, 2021). Komunikasi merupakan elemen krusial dalam sebuah organisasi. Efektivitas organisasi bergantung pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh para pimpinan dan anggota. Komunikasi memberikan "kehidupan" pada struktur organisasi, memungkinkan peran dan fungsinya berjalan secara optimal. Organisasi

perlu melakukan komunikasi, baik di tingkat internal maupun eksternal, untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan organisasi (Sari *et al.*, 2013).

Secara bahasa strategi berasal dari kata "*strategic*" yang berarti menurut siasat atau rencana dan "*strategy*" yang berarti ilmu siasat. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetap untuk mencapai tujuan tersebut, Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Perkasa *et al.*, 2023). Strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Pemahaman yang diperoleh harus berlabuh pada ide-ide spesifik yang memotivasi tindakan (Fadhli, 2021).

Strategi komunikasi adalah kombinasi antara perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Pemilihan strategi adalah langkah penting yang memerlukan perhatian ekstra dalam perencanaan komunikasi, karena kesalahan dalam pemilihan strategi dapat berakibat fatal, terutama dalam hal kerugian waktu, sumber daya, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi di sini dianggap sebagai bagian dari perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sementara perencanaan strategis berfungsi sebagai kebijakan komunikasi di tingkat makro untuk program jangka panjang. (Wijaya, 2015).

Strategi komunikasi olahraga merupakan hal yang mencakup dan sangat berpengaruh oleh banyak bidang perspektif terkait dengan segmen komunikasi, seperti pemasaran dan manajemen (Pedersen *et al.*, 2021). Strategi komunikasi olahraga memerlukan perspektif dari berbagai disiplin ilmu. Seseorang harus memahami teori komunikasi dan proses komunikasi untuk melihat keseluruhan bidang komunikasi olahraga. Dalam semua aspek komunikasi olahraga, proses komunikasi terlihat jelas. Komunikasi olahraga adalah sebuah proses, dan proses tersebut tidak terjadi dalam ruang hampa, namun harus dilakukan dalam konteks. Konteks atau tingkat tersebut dapat melibatkan pengaturan pribadi, pengaturan organisasi, komunikasi olahraga yang dimediasi, atau layanan dukungan komunikasi olahraga. Di luar proses tersebut, komponen lain dari model ini memberikan segmentasi komprehensif dari seluruh bidang komunikasi olahraga. Dengan kata lain, proses dan komponen yang dimasukkan dalam model memperhitungkan setiap aktivitas dan karier, serta setiap atribut dan aspek komunikasi olahraga (Pedersen *et al.*, 2021).

Menurut Hafid Cangara dalam Ahda & Rozi, (2022) berjudul "Perencanaan dan Strategi Komunikasi," terdapat empat tahapan perencanaan komunikasi yang mencakup lima langkah. Model perencanaan komunikasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah

model lima langkah. Model ini terdiri dari: Penelitian (*research*), Perencanaan (*plan*), Pelaksanaan (*execute*), Pengukuran/Evaluasi (*measure*), dan Pelaporan (*report*).

Indonesia memiliki induk organisasi sepakbola, yaitu Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI). PSSI adalah satu-satunya organisasi sepakbola nasional yang bertanggung jawab untuk mengatur, mengelola, dan menyelenggarakan seluruh kegiatan atau kompetisi sepakbola di Indonesia. (Zulhidayat, 2018). PSSI adalah federasi resmi sepakbola di Indonesia dibentuk pada tanggal 19 April 1930 di Yogyakarta. Dalam perjalanannya, PSSI bergabung dengan FIFA pada tahun 1952 dan kemudian dengan AFC pada tahun 1954 (Esa Perdana, 2018). PSSI menyelenggarakan berbagai kompetisi dan turnamen, seperti Liga 1, Liga 2, Liga 3, Liga 1 Putri, Piala Indonesia, *Elite Pro Academy*, Piala Soeratin, Piala Presiden, Piala Bola Pantai, dan Piala Pertiwi. PSSI merupakan induk organisasi sepakbola di Indonesia yang mempunyai anggota sebanyak 34 yang dinamakan Asosiasi Provinsi (ASPROV) dari seluruh Indonesia yang bertugas untuk menjalankan program kerja, pembinaan, dan pengembangan sepakbola pada tingkat provinsi..

Kompetisi adalah sebuah ajang di mana beberapa peserta atau pesaing bersaing untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu menjadi juara, sesuai dengan aturan permainan yang telah ditetapkan. (Gema & Soenyoto, 2016). Kompetisi sepakbola merupakan salah satu kegiatan atau event olahraga yang diikuti oleh berbagai tim atau club sepakbola tertentu dengan Sistem pertandingan dilakukan dengan mempertemukan atau mempertandingkan para peserta sehingga mereka dapat saling berhadapan satu sama lain. PSSI menggelar kompetisi sepakbola dengan tujuan atau sarana untuk mengukur kemajuan pembinaan seluruh klub anggota PSSI.

Penyelenggaraan kompetisi ada beberapa hal yang harus dipatuhi diantaranya *Laws Of The Game* yang mengatur tentang peraturan permainan, regulasi yang mengatur tentang jalannya kompetisi, dan statuta yang merupakan AD/ART dalam menjalankan organisasi seperti perencanaan, pengembangan, dan penyelenggaraan kegiatan. Ketiga komponen tersebut (*Laws Of The Game*, regulasi kompetisi, dan statuta PSSI) terus mengalami perubahan dan perbaikan setiap tahunnya, Pengetahuan masyarakat mengenai statuta, regulasi, dan *Laws of the game* sangatlah dibutuhkan agar masyarakat juga bisa mengawal saat berlangsungnya kompetisi sehingga kualitas kompetisi sepakbola bisa menjadi lebih baik. Kompetisi merupakan program yang sangat penting di tubuh PSSI karena kompetisi merupakan wajah dari PSSI itu sendiri, apabila kompetisi berjalan dengan baik dan sukses maka nama baik PSSI akan terjaga. Sebaliknya, apabila kompetisi banyak kekeliruan maka nama PSSI akan tercoreng. Informasi yang beredar di media online maupun media cetak harus tetap di kontrol dan diberikan tanggapan agar tidak menjadi

bola liar untuk tetap menjaga citra positif asosiasi provinsi PSSI. Oleh karena itu informasi yang di sampaikan kepada masyarakat harus informasi yang memiliki daya tarik dan dapat dipercaya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Maka dari itu sebelum menyampaikan informasi dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan matang seperti halnya melakukan kajian terlebih dahulu baru kemudian membuat sebuah pernyataan atau *Press Release*.

Sepakbola adalah olahraga yang sangat populer di seluruh dunia saat ini. Hampir setiap negara dan daerah memainkan olahraga ini. Masing-masing negara atau daerah telah melakukan pembinaan pemain sepakbola untuk meraih prestasi yang membanggakan bangsa mereka, termasuk Indonesia. PSSI, sebagai badan tertinggi sepakbola di Indonesia, juga berupaya mencetak pemain berprestasi yang dapat mewakili dan membela tanah air. Setiap tahunnya PSSI dapat melaksanakan atau menyelenggarakan berbagai kompetisi sepakbola, seperti liga 1, liga 2, liga 3 dan masih banyak lainnya. Untuk dapat mengikuti kompetisi pada tahapan tertinggi, setiap tim harus mengikuti kompetisi dari kasta terendah baik dari regional maupun nasional.

Penyelenggaraan kompetisi liga 3 *regional* Jawa Tengah ini merupakan sebuah aktivitas organisasi PSSI Jawa Tengah yang diikuti oleh tim-tim yang berada di kasta liga 3 regional Jawa Tengah diantaranya Persibara Banjarnegara, Persibas Banyumas, PSIW Wonosobo, Persibangga Purbalingga, Mahesa Jenar Muda Semarang, Bhayangkara Muda FC Semarang, Bina Sentra Semarang, Persik Kendal, PSIP Pemalang, Persegal Tegal, Persab Brebes, Persekap Kab. Pekalongan, Persika Karanganyar, Universitas Surakarta FC, PSIK Klaten, Persipur Purwodadi, PSDB Demak, Persiku Kudus, Safin Pati FC, PSIR Rembang, Sragen United, PPSM Sakti Magelang, dan Persip Pekalongan. Tim tersebut akan dipertandingkan satu sama lain untuk memperebutkan tiket guna bisa bermain di tahap selanjutnya kompetisi liga Indonesia yakni liga 2. Dalam penyelenggaraan kompetisi tersebut diperlukan strategi komunikasi yang dibentuk guna memperlancar penyelenggaraan kompetisi liga 3 *regional* Jawa Tengah. Asprov PSSI Jawa Tengah mempunyai tugas untuk menjalankan strategi komunikasi dari penyelenggaraan pertandingan sepakbola, seperti kompetisi liga 3 *regional* Jawa Tengah..

Penelitian terdahulu terkait komunikasi organisasi dalam olahraga tertuang pada penelitian yang berjudul "Strategi dan Komunikasi PSSI Jawa Barat dalam menyelenggarakan pertandingan sepakbola Liga 3 Jawa Barat" yang ditulis oleh Ramadhan, (2013) menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi PSSI Jawa Barat dalam menyelenggarakan pertandingan sepakbola Liga 3 Jawa Barat dilakukan melalui beberapa tahapan. Diantaranya tahapan penelitian, yaitu pengumpulan data melalui

sistem aplikasi SIAP dan undangan, tahap perencanaan, kompetisi liga 3 Jawa Barat telah dibahas di dalam kongres tahunan, kemudian tahapan pelaksanaan, kompetisi liga 3 Jawa Barat dilaksanakan di daerah yang menjadi tuan rumah dan stadion setempat. Tahap pengukuran/evaluasi, evaluasi berlangsung antara kepala dan koordinator, koordinator dengan anggota, kemudian tahap pelaporan, laporan diberikan kepada ketua PSSI Jawa Barat melalui tahapan birokrasi dari ketua pelaksana, manajer kompetisi, sekretariat dan ketua PSSI Jawa Barat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terkonsepnya sebuah kompetisi yang melahirkan pemain profesional untuk bisa bersaing di liga yang lebih kompetitif. Selain itu, masyarakat Jawa Barat juga bisa mengetahui pemain liga 3 Jawa Barat yang dibawa ke kejuaraan PON melalui PSSI Jawa Barat, media massa serta pihak sekitar tuan rumah yang ikut berpartisipasi dalam kompetisi liga 3 Jawa Barat. Penelitian terdahulu selanjutnya terkait komunikasi yang ditulis oleh Nur Prasetya, (2018) yaitu "Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @Sepakbolasleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi". Pada penelitian ini peneliti membahas tentang media sosial klub sebagai media edukasi dengan melalui beberapa tahapan strategi komunikasi. Pertama, Khalayak didekati dengan cara berbaur bersama suporter PSS Sleman, serta berdiskusi atau saling membalas mention di Twitter. Kedua, pesan disusun dalam tweet yang lugas, menggunakan bahasa yang ramah, desain visual yang kreatif, dan selalu berusaha bersikap netral. Ketiga, metode yang diterapkan adalah dengan pengulangan pesan dan menempatkan diri sebagai bagian dari suporter PSS Sleman. Faktor pendukung strategi komunikasi ini mencakup kemudahan akses internet, banyaknya pengguna Twitter di kalangan suporter PSS Sleman, hubungan baik antara Sleman *Football* dengan klub PSS Sleman, serta antusiasme suporter dalam mencari informasi tentang klub.. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelum-sebelumnya yang pertama yaitu ditinjau dari segi lokasi penelitian, dimana tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dan tingkat urgensinya yang berbeda. Selanjutnya dilihat dari subjek penelitian yang berbeda populasinya

Strategi komunikasi olahraga merupakan alat atau suatu proses komunikasi organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan bidang olahraga tertentu yang mempunyai efek jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumberdaya (Pedersen *et al.*, 2021).

METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini, peneliti menjelaskan jenis desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik penentuan informan, serta teknik analisis data yang digunakan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Penelitian deskriptif dalam studi kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif. Strategi penelitian deskriptif melibatkan penyelidikan terhadap kejadian atau fenomena dalam kehidupan individu, di mana peneliti meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan pengalaman hidup mereka. (Rusli *et al.*, 2014). Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan untuk mengidentifikasi model dan peran strategi komunikasi Asprov PSSI Jawa Tengah untuk menyelenggarakan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 dengan menganalisis data subjektif yang diperoleh dari berbagai individu terkait, termasuk ketua operator kompetisi, *match commissioner*, dan bidang media Asprov PSSI Jawa Tengah. Peneliti akan menghimpun informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang terkait dengan isu penelitian, dan akan menggunakan teknik analisis data untuk menginterpretasi data yang terkumpul. Dalam metodologi penelitian kualitatif, pengumpulan data umumnya dilakukan melalui teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Selain itu, kemungkinan penggunaan sumber informasi non-manusia, seperti dokumen dan rekaman yang tersedia. Teknik analisis data merupakan proses sistematis untuk menelaah atau menguji suatu hal guna memahami bagian-bagiannya serta hubungannya dengan keseluruhan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama berada di lapangan, hingga setelah kegiatan lapangan selesai. Fokus utama analisis data dalam penelitian kualitatif adalah selama proses di lapangan, yang berlangsung bersamaan dengan pengumpulan data (Amri, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Model dan Pola Strategi Komunikasi Organisasi dalam menyelenggarakan kompetisi olahraga yaitu Liga 3 regional Jawa Tengah 2023 melalui wawancara dengan pihak terkait yaitu Komite Kompetisi Asprov PSSI Jawa Tengah, *Match Commissioner* Liga 3 Jawa Tengah 2023, dan Media *Officer* Liga 3 Jawa Tengah 2023.

Tabel 1. Model Strategi Komunikasi Asprov PSSI Jawa Tengah

N O	Model	Jenis yang Digunakan Oleh Asprov PSSI Jawa Tengah		
1.	Penelitian (<i>Research</i>)	Kongres PSSI	Sosialisasi Klub	Riset Komunikasi
2.	Perencanaan (<i>Planning</i>)	<i>Workshop Admin & Manager Meeting</i>	Aplikasi SIAP (<i>System Information Administration PSSI</i>)	Media Online
3.	Pelaksanaan (<i>Execute</i>)	<i>Website PSSI Jawa Tengah</i>	Komunikasi Panitia	Instagram, Twitter, & Youtube
4.	Pengukuran/Evaluasi (<i>Measure</i>)	Evaluasi panitia	<i>Feedback</i>	
5.	Pelaporan (<i>Report</i>)	<i>Laporan Internal</i>	<i>Laporan Eksternal</i>	

Berdasarkan hasil penelitian ini untuk mengetahui tahapan dalam menjalankan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 menunjukkan bahwa terdapat 5 aspek yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran atau evaluasi, dan pelaporan. Aspek tersebut mengarah terhadap komunikasi Asprov PSSI Jawa Tengah dalam penyelenggaraan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023.

Penelitian adalah salah satu strategi komunikasi Asprov PSSI Jawa Tengah dalam pelaksanaan Liga 3 Jawa Tengah 2023. Liga 3 Jawa Tengah adalah kompetisi tahunan yang bertujuan untuk mengembangkan pemain sepak bola di daerah tersebut, menjadi tolak ukur kemampuan pemain, dan menggali bakat muda dari wilayah tertentu. Selain itu, kompetisi ini juga menjadi sarana bagi klub-klub profesional yang terafiliasi dengan PSSI untuk merekrut pemain berkualitas yang berpotensi bermain di Liga 2, Liga 1, atau bahkan di tingkat internasional. PSSI pusat menginformasikan kepada PSSI provinsi mengenai penyelenggaraan Liga 3 Nasional melalui kongres tahunan, yang juga berfungsi sebagai strategi komunikasi internal dalam pengelolaan sepak bola nasional. Setelah kongres, PSSI Jawa Tengah mengadakan rapat koordinasi untuk mempersiapkan Liga 3 2023. Dalam penelitian ini, PSSI Jawa Tengah mengadaptasi perkembangan media digital. Riset awal dilakukan untuk menggali informasi tentang masyarakat Jawa Tengah yang mengikuti berita sepak bola, menggunakan teori yang relevan dan mengevaluasi setiap event olahraga yang telah dilaksanakan. Penelitian ini juga mencakup analisis masalah

komunikasi di masyarakat, mengingat setiap individu memiliki perspektif yang berbeda berdasarkan latar belakang mereka. Pada era digital saat ini, akses informasi tidak dibatasi oleh usia atau tingkat pendidikan, dengan semua kalangan, baik muda maupun tua, terlibat dalam dunia internet..

Perencanaan merupakan strategi yang dilakukan PSSI Jawa Tengah dalam merencanakan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023. Perencanaan strategi komunikasi dilakukan dengan penyebaran surat undangan dari PSSI Jawa Tengah kepada anggota klub peserta untuk mengadakan workshop dan manager meeting pada tanggal 22 Oktober 2023 di Semarang. Dalam *workshop admin* dan *manager meeting*, sistem pembagian grup atau (*drawing*) dilakukan berdasarkan pertimbangan keamanan antara klub klub yang rival guna meminimalisir terjadinya kerusuhan antar klub dengan persetujuan klub lain, selebihnya sistem dilakukan dengan acak (*random pick*) tanpa memandang alasan apapun. Selain itu, hal yang dibahas adalah pertandingan Liga 3 Jawa Tengah dilakukan dengan beberapa tahap babak dan dibagi dalam 6 grup, yaitu babak penyisihan, 12 besar, 8 besar, semifinal dan final, dengan sistem pertandingan *full competition*, yaitu setiap tim melakukan pertandingan *home away*, pada babak penyisihan grup dan 12 besar, dan sistem knock-out dalam *format home away* dilakukan pada 8 besar, semifinal dan final. Perencanaan strategi komunikasi merupakan tahap lanjutan dari tahap penelitian strategi komunikasi yang sudah dilakukan oleh PSSI Jawa Tengah.

Pelaksanaan dalam komunikasi dari Asprov PSSI Jawa Tengah merupakan implementasi strategi yang akan diterapkan setelah melakukan tahapan perencanaan strategi komunikasi. Asprov PSSI Jawa Tengah mengkoordinasikan tugas kepada masing-masing bidang terkait kegiatan yang telah di tetapkan dan direncanakan sebelumnya. Seluruh panitia pelaksana pertandingan sudah satu jam sebelum pertandingan dimulai, perwakilan dari operator kompetisi selalu hadir di stadion untuk memastikan kelancaran penyelenggaraan pertandingan. Selain itu, pengawas pertandingan juga berada di lapangan untuk memantau semua aspek yang berkaitan dengan pertandingan, termasuk prosedur, pemain, wasit, dan lain-lain.. Panitia pelaksana dibidang kompetisi mengkoordinasikan para perangkat pertandingan seperti, pengawas pertandingan (*match commissioner*), wasit, asisten wasit, dan wasit cadangan. Perangkat pertandingan menginformasikan kepada para klub peserta yang akan bertanding terkait pertandingan yang akan dirilis, kemudian mengkoordinasikan kedua tim untuk melakukan pemanasan. Wasit, asisten wasit, dan wasit cadangan dikoordinasikan untuk melakukan pemanasan, sementara announcer membaca *DSP* (daftar susunan pemain). Perangkat pertandingan melaksanakan tugas masing-masing selama pertandingan berlangsung. Implementasi dari

tahap pelaksanaan strategi komunikasi adalah menggunakan media digital. Media digital yang digunakan berupa *website*, instagram, twitter, dan youtube. Melalui *website* (*pssijateng.com*), informasi yang tersajikan berupa pengumuman bahwa penyelenggaraan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 akan segera digelar, klasemen pertandingan dan berita lainnya yang terkait dengan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah. Media instagram (*@pssijateng*) dan twitter (*pssi_jawatengah*) juga digunakan untuk menyebarkan informasi hasil pembagian grup (*drawing*), jadwal pertandingan disertai tanggal, waktu dan tempat pertandingan, hasil pertandingan, dan hasil komite disiplin PSSI jika terjadi suatu permasalahan dalam pertandingan melalui fitur *story*, *feed*, dan *reels*. Sementara akun youtube (PSSI JATENG TV) digunakan untuk menyiarkan pertandingan final Liga 3 Jawa Tengah 2023 dan menyajikan video *highlight* atau cuplikan pertandingan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023

Kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 merupakan program yang sudah tersusun dan tentunya memiliki tahap evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan tercapai serta masalah apa yang dihadapi serta merealisasikannya. Tahap evaluasi strategi kompetisi Liga 3 Jawa Tengah yang dilakukan adalah mengadakan rapat koordinasi antar panitia setelah pertandingan dilaksanakan. PSSI Jawa Tengah tentunya juga menerima saran, dan kritik atau masukan masukan terkait informasi kompetisi yang beredar di media sosial salah satunya melalui komentar dan *direct message* aplikasi instagram dan twitter. *Direct message* merupakan salah satu fitur pesan untuk melakukan percakapan pribadi dengan orang lain mengenai post dan konten yang diunggah. Salah satu bahan evaluasi yang dilakukan PSSI Jawa Tengah adalah saran dan kritik dari masyarakat tersebut. Narasumber mengatakan bahwa masyarakat umum dan klub yang memberikan penilaian subjektif atas apa yang telah dilakukan pihak PSSI Jawa Tengah itu akan menimbulkan hal yang tidak diinginkan, namun PSSI Jawa Tengah akan menerima segala masukan yang diberikan oleh masyarakat dan klub. Asprov PSSI Jawa Tengah akan terus berusaha berkembang dan memberikan yang terbaik dalam menjalankan kompetisi olahraga lainnya yang akan digelar selanjutnya. Selain itu, PSSI pusat akan memberikan penilaian juga kepada pihak penyelenggara yaitu Asprov PSSI Jawa Tengah, apakah kompetisi sukses dilaksanakan atau tidak. *Feedback* yang didapatkan oleh Asprov PSSI Jawa Tengah adalah mendapatkan nilai positif dari PSSI pusat karena telah melaksanakan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah dengan cukup baik meskipun ada kekurangan didalamnya. Salah satu *reward* yang diberikan PSSI pusat adalah kuota tim yang lolos untuk putaran Liga 3 Nasional yang sebelumnya Jawa Tengah mendapatkan hanya 4 kuota tim saja, menjadi 8 tim kuota yang lolos diputaran Liga 3 Nasional 2023

Pelaporan merupakan salah satu tahap *final* atau akhir yang dilakukan dalam menjalankan program atau kegiatan. Pelaporan yang digunakan PSSI Jawa Tengah dalam melaporkan kegiatan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 berupa laporan pelaksanaan kegiatan dan laporan melalui media online. PSSI Jawa Tengah memberikan laporan kegiatan kepada PSSI pusat berupa laporan hasil pelaksanaan kompetisi. Laporan hasil kegiatan berupa *hard file* dan *soft file* dalam bentuk *Portable Document Format* (PDF) yang berisi daftar klub peserta, daftar peringkat atau klasemen, hasil pembagian grup (*drawing*), hasil pertandingan, dan pemenang pada kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023. Pelaporan kompetisi kepada masyarakat Asprov PSSI Jawa Tengah memiliki berbagai kanal digital yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait sepakbola Jawa Tengah, salah satunya kompetisi Liga 3 Jawa Tengah melalui akun *platform* media sosial yang terdiri dari *website* (*pssijateng.com*), *instagram* (*@pssijateng*), *twitter* (*@pssi_jawatengah*), dan akun *youtube* (PSSI JATENG TV). Data dari narasumber, pelaporan melalui media digital sudah terlaksanakan dengan baik dengan menyebarkan seluruh informasi terkait pertandingan, dan memudahkan masyarakat mengikuti berita sepakbola terutama dalam kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023.

Setiap bentuk program maupun kegiatan, pasti memiliki suatu kondisi dimana ada permasalahan yang menghambat dalam menjalankan kegiatannya. Didalam menjalankan komunikasinya, PSSI Jawa Tengah banyak menggunakan strategi komunikasi digital yang memerlukan kekuatan internet yang baik. Menurut data dari narasumber, salah satu hambatan atau kendala PSSI Jawa Tengah dalam menjalankan komunikasinya adalah koneksi internet yang tidak stabil. Selain itu, sumber daya admin dari pihak klub peserta juga menghambat dalam proses komunikasi dalam pendaftaran tim. Dalam hal ini kurangnya pemahaman dari admin klub yang ditugaskan untuk menginput pengumpulan data menjadi faktor keterlambatan masuknya data pemain dan official pada *System Information Administration* PSSI (SIAP).

SIMPULAN

Simpulan penelitian ini bahwa Asprov PSSI Jawa Tengah menerapkan model strategi komunikasi yang komprehensif sesuai dengan teori Hafield Cangara, meliputi penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan. Melalui komunikasi *internal* dan *sosialisasi* yang baik, PSSI Jawa Tengah berhasil merencanakan dan melaksanakan kompetisi Liga 3 Jawa Tengah 2023 dengan memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat. Evaluasi pasca kompetisi menunjukkan hasil positif, termasuk peningkatan kuota tim yang lolos ke putaran Liga 3 Nasional. Selain itu, pelaporan yang dilakukan baik

secara *internal* maupun *eksternal* memastikan transparansi dan komunikasi yang efektif kepada semua pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang*. 1(1), 14–26.
- Akib, S., & Wisnu, A. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 4, 5589–5596.
- Amri, S. N. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication/IMC) Rumah Aqiqah Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*.
- Esa Perdana, K. (2018). Sepakbola Sebagai Media Solidaritas Politik Bagi Suporter Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VIII(2). <http://bola.okezone.com/read/2017/07/>
- Fadhli, M. N. (2021). *Strategi komunikasi organisasi di mis azzaky medan*. 2(2), 8–21.
- Gema, A. R., & Soenyoto, T. (2016). *Journal of Physical Education and Sport*. 5(1), 8–16.
- Nur Prasetya, I. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI BERBASIS AKUN TWITTER @SepakbolaSleman DALAM MENJALANKAN FUNGSI MEDIA SEBAGAI EDUKASI*. 2.
- Pandaleke, T. F., & Waleleng, G. J. (2020). *THE ROLE OF COMMUNITY SOCIAL COMMUNICATION IN PRESERVING THE PASAN REGIONAL LANGUAGES IN RASI VILLAGE RATAHAN SUB-DISTRICT SOUTHEAST MINAHASA REGENCY*.
- Pedersen, P. M., Laucella, P., Kian, E., & Geurin, A. (2021). *Strategic Sport Communication*.
- Perkasa, T. A., Aditia, R., & Bengkulu, U. (2023). *Strategi Komunikasi Kepemimpinan : Suatu Tinjauan Teoritis*. 1(2), 367–377.
- Ramadhan, B. A. (2013). *Strategi Komunikasi Pssi Jawa Barat Dalam Menyelenggarakan Pertandingan Sepakbola Liga 3 Di Jawa Barat*. 1–7.
- Rusli, M., Pendidikan, D., & Timur, L. (2014). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar / Deskriptif dan Studi Kasus*. 1–13.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Iriyanti, H. (2013). *Komunikasi dan media sosial*. December.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifuddin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, Bairizki, A., Lestari, A. S., & Utami, M. M. (2021). Komunikasi Organisasi. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Siti, N., & Siregar, S. (2012). *INTERAKSI KOMUNIKASI ORGANISASI*. 5(April 2012), 27–40.
- Wijaya, I. S. (2015). *Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*. XVIII(1), 53–61.
- Zulhidayat, M. (2018). *PENYELENGGARAAN KOMPETISI SEPAK BOLA DI INDONESIA (THE AUTHORITY AND ROLE OF GOVERNMENT IN THE ORGANIZING OF FOOTBALL COMPETITION IN INDONESIA)*. 6(2), 222–240.