

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepak bola, merupakan olahraga yang mempunyai banyak penggemar di dunia. Hampir di setiap benua, setiap negara ada tayangan pertandingan sepak bola. Baik itu pertandingan level nasional maupun internasional. Sepak bola dapat menampilkan permainan atraktif yang dapat menarik minat penonton. Seperti permainan joga bonito tim nasional Brazil yang penuh gaya atraktif, tika-taka milik FC Barcelona maupun tim nasional Spanyol, atau Catenaccio milik Italia. Oleh sebab itulah sepak bola mampu membius jutaan pasang mata di seluruh penjuru dunia. Dibanding cabang olah raga lain, sepak bola lebih menarik perhatian penonton.

Mereka datang secara berkelompok atau sendirian untuk tujuan yang sama, menyaksikan dan mendukung laga tim kesayangannya. Meskipun sepak bola terkesan sebagai olah raga keras dan identik dengan laki-laki, namun saat ini sudah mengalami pergeseran. Sepak bola bukan lagi olah raga untuk laki-laki, saat ini kaum wanita juga banyak yang menggemari jenis olah raga ini. Sepak bola juga menjadi tontonan semua usia baik tua, muda, anak-anak. Bahkan penonton sepak bola juga tidak memandang strata sosial ataupun jabatan. Mereka berbaur bersama di dalam stadion untuk mendukung tim kesayangan. Sepak bola Eropa merupakan salah satu komoditas yang cukup mendominasi di dunia, termasuk Indonesia. Semakin majunya teknologi membuat antusiasme para pecinta olah raga ini pun meningkat. Hampir semua orang di pejuru benua sekarang dapat menyaksikan sepak bola dari layar kaca.

Termasuk juga di Indonesia. Banyak tayangan langsung sepak bola (Liga Italia di Trans7, liga Spanyol di RCTI, liga Inggris di MNC Grup dan liga Champion dan Piala UEFA di SCTV) membuat sepak bola Eropa sangat akrab dengan banyak orang Indonesia. Fenomena tentang permainan sepak bola tersebut seperti artikel yang tertulis dalam “Jurnal Internasional Broadcasting and Team Sport” yang menyatakan bahwa :

“In team sports, the number of games to be played by team is determined by league policy. Leagues typically determine the number of teams in the league and the number of games that each team will play. In some cases, leagues allow their teams to schedule nonleague games and even to belong to another league, play in national elimination tournaments that are sponsored by national football associations, and may participate in

Europeanwide playoffs such as the Champion League. Ultimately league determine the number of games that teams can schedule, which in turn determines the maximum quantity of television right that can be sold. Where as the number of broadcaster is growing, supply in the most popular team sports has not grown. In football the number of teams in the top leagues has been roughly the same for decades” (Noll, 2010:33). (Dalam olah raga tim, jumlah pertandingan yang dimainkan oleh tim ditentukan oleh kebijakan liga. Liga-liga biasanya menentukan jumlah tim dalam liga dan jumlah permainan yang akan di mainkan oleh setiap tim. Dalam beberapa kasus, liga-liga membiarkan tim mereka menjadwalkan permainan non liga dan bahkan yang tergabung dalam liga-liga lain. Misalnya, dalam sepak bola tim tergabung dalam sebuah liga nasional., bermain dalam turnamen penyisihan yang disponsori oleh asosiasi sepak bola nasional, dan dapat berpartisipasi dalam playoff di seluruh negara Eropa seperti Liga Champions. Pada akhirnya liga-liga menentukan jumlah pertandingan yang dapat dijadwalkan oleh tim, yang nantinya menentukan jumlah maksimal hak televisi yang dapat dijual. Ketika jumlah stasiun televisi terus bertambah, persediaan dalam olah raga populer ini tidak bertambah. Dalam sepak bola, jumlah tim pada liga-liga terbaik hampir sama selama berpuh-puluh tahun) (Noll, 2010:33).

Sepak bola sekarang ini bukan hanya sekedar olah raga. Di Jerman dan Perancis sepak bola adalah kebanggaan teritorial dan pesta. Sedangkan di Inggris sepak bola adalah sebuah ritual dan hiburan. Tidak heran jika di Old Trafford, stadion Manchester United sering dibentangkan spanduk dalam ukuran raksasa: Manchester United is My Religion, Old Trafford is My Church. Hal ini menunjukkan bahwa mereka melakukan ritual di stadion dan sepak bola sebagai agamanya (Solihin, 2010). Para suporter memiliki rasa fanatisme luar biasa tinggi terhadap tim sepak boila idolanya, mereka mewujudkannya dengan cara bergabung ke dalam kelompok suporter atau fans klub sepak bola dengan maksud untuk memberikan dukungan kepada tim kesayangannya. Mereka tersebar tidak hanya ada di kota masing-masing tempat klub sepak bola itu berada. Tetapi juga di kota-kota lain bahkan di luar negeri banyak juga berdiri fans club yang mendukung tim dari luar negeri.

Terbentuknya komunitas suporter itu juga terjadi karena individu cenderung merasa aman ketika mereka berkomunikasi dengan orang-orang yang mereka anggap suportif dan memiliki banyak kesamaan. Klub yang memiliki tradisi kuat di Indonesia dan sangat fenomenal seperti Persebaya Surabaya, Persib Bandung dan Persija Jakarta memiliki cukup banyak basis penggemar diberbagai kota. Hampir seluruh kota di Indonesia memiliki tim kebanggaan kota mereka sendiri, namun hanya segelintir yang memiliki segudang prestasi. Klub yang memiliki segudang prestasi biasanya tidak terlepas dari dukungan serta fanatisme dari suporter mereka seperti Persebaya Surabaya dengan Boneknya, Persib Bandung dengan Bobotohnya serta Persija

Jakarta dengan The Jack. Untuk mendukung tim kesayangannya sudah tentu menjadi kewajiban bagi mereka. Anggota dari komunitas pecinta sepak bola ini berasal dari berbagai latar belakang. Tidak hanya kaum pria saja akan tetapi ada juga para wanita yang ikut dalam fans-fans klub yang saat ini mulai bertebaran diseluruh Indonesia. Kebanyakan dari mereka adalah usia remaja hingga dewasa.

Salah satu suporter yang telah fenomenal yaitu Bonek karena sebagai pelopor suporter yang pertama kali mengadakan tret-tret ke Jakarta dan memakai atribut sama untuk mendukung tim Persebaya. Bonek yang merupakan kepanjangan dari akronim bahasa Jawa “Bondho nekat” yang artinya modal nekat. Istilah Bonek biasanya ditujukan kepada kelompok pendukung kesebelasan Persebaya Surabaya. Istilah Bonek sendiri baru dimunculkan oleh media Koran Jawa Pos tahun 1989 untuk menggambarkan fenomena suporter Persebaya yang mengadakan tret-tret secara terorganisir mengiringi tim kesayangannya ke Senayan, Jakarta. Perbedaan dengan suporter lainnya pada saat itu adalah suporter Persebaya tersebut menggunakan busana kebesaran berupa kaos warna hijau dengan gambar atau logo buaya dan hiu.

Sebagai salah satu kelompok suporter terbesar di Indonesia, bonek tidak hanya terdiri dari penduduk Surabaya yang merupakan daerah asal klub Persebaya. Anggota Bonek juga berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Para suporter daerah tersebut juga mendirikan koordinator wilayah masing-masing di daerahnya, seperti Bonek Pasuruan, Banten, Bandung, Malang, Kalimantan, dan bahkan Yogyakarta. Kelompok-kelompok tersebut merupakan bagian dari Bonek. Bonek juga membagi kelompok suporternya ke dalam kelompok yang lebih kecil, yang sering disebut subkorwil. Subkorwil biasanya terdiri dari kelompok yang anggotanya lebih sedikit atau spesifik. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan diri pada kelompok Bonek Green Nord.

Menurut perspektif komunikasi, perwakilan-perwakilan daerah Bonek itu merupakan kelompok. Kelompok kecil diartikan sebagai sekumpulan perorangan yang realtif kecil yang masing-masing dihubungkan oleh beberapa tujuan yang sama dan mempunyai derajat organisasi tertentu diantara mereka. Kelompok kecil tersebut memiliki karakteristik tertentu. Pertama, kelompok kecil merupakan sekumpulan orang yang jumlahnya cukup kecil sehingga semua anggota bisa berkomunikasi dengan mudah sebagai pengirim dan penerima dengan mudah. Kedua, di dalam kelompok kecil perilaku seorang anggota menjadi nyata bagi semua anggota

lainnya. Ketiga, diantara anggota kelompok harus ada tujuan yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa semua anggota harus mempunyai tujuan yang persis sama untuk menjadi anggota kelompok. Akan tetapi, pada umumnya harus ada alasan serupa bagi perorangan itu untuk berinteraksi. Setiap manusia perlu berinteraksi, demikian pula manusia-manusia yang berada dalam sebuah kelompok. Dalam sebuah literatur dijelaskan bahwa anggota kelompok perlu melakukan komunikasi kelompok karena berkaitan dengan produktivitas kelompok atau upaya-upaya untuk mencapai produktivitas tersebut. Caranya adalah melalui masukan dari anggota, variabel perantara (mediating variabel), dan keluaran dari kelompok (group out).

Masukan atau input yang berasal dari anggota kelompok dapat di identifikasikan sebagai perilaku, interaksi, dan harapan yang bersifat individual. Sementara itu, variabel perantara merujuk pada struktur formal dan struktur peran dari kelompok seperti status, norma, dan tujuan kelompok. Kemudian, yang dimaksud dengan output kelompok adalah pencapaian atau preatasi dari tugas atau tujuan kelompok, yang mengarah pada produktivitas, semangat, dan keterpaduan kelompok.

Dalam buku Psikologi komunikasi karya Jalaluddin Rakhmat (1994), dikatakan bahwa semakin tinggi intensitas komunikasi dalam kelompok, semakin tinggi pula komunikasi kelompok. Tingginya tingkat soliditas juga akan membuat semakin tinggi pula rasa saling memiliki pengaruh yang besar pula terhadap komunikasi kelompok. Dalam kehidupan berkelompok, tidak mudah tentunya untuk membangun sebuah suasana dimana para anggotanya berada dalam kondisi yang padu atau kohesif. Apalagi jika para anggota kelompok berasal dari latar belakang yang berbeda, seperti yang terjadi dalam kelompok Bonek Green Nord, para anggota Bonek Green Nord berasal dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda. Beberapa dari mereka datang dari berbagai wilayah di Indonesia, namun perbedaan latar belakang itu bisa bersatu dibawah bendera Bonek. Hal itulah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana komunikasi kelompok yang dilakukan untuk membentuk solidaritas dengan mengadakan penelitian berjudul Komunikasi Kelompok Suporter Bola dalam Membentuk Solidaritas (Studi Kasus pada Bonek Green Nord).

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana komunikasi kelompok suporter Bonek Green Nord dalam membentuk Solidaritas didalam kelompok?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana komunikasi kelompok suporter Bonek Green Nord untuk membentuk dan memelihara hubungan antara para anggotanya dan mengevaluasi komunikasi kelompok dalam membentuk solidaritas kelompok Bonek Green Nord.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan diharapkan juga dapat berguna dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuan khususnya dalam bidang Komunikasi.

2. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses Komunikasi Kelompok. Diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, serta dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingi mengetahui atau membahas hal-hal tersebut dari sisi yang lain atau sisi yang lebih dalam.