

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepak bola adalah salah satu cabang olahraga yang paling populer di dunia. Olahraga ini juga merupakan cabang olahraga yang paling diminati masyarakat Indonesia. Mulai dari pria, wanita, muda, hingga tua mengerti tentang sepak bola. Sepak bola merupakan jenis olahraga yang memiliki kekuatan magis untuk membangkitkan gairah, menggugah gaya, mendobrak selera, dan memunculkan rasa bangga yang sebelumnya tersimpan dalam diri manusia (Syahputra, 2016).

Sejarah masuknya sepakbola di Indonesia dimulai sejak tahun 1920 saat masih berada pada zaman penjajahan Belanda. Saat itu cabang olahraga sepak bola menjadi satu-satunya permainan yang terjangkau untuk dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat. Terdapat kompetisi sepakbola di Pulau Jawa yang hanya didominasi oleh dua tim saja, yaitu Batavia City dan Soerabaja City. Sejak saat itu pula perkembangan sepak bola di Indonesia berjalan sangat pesat. Indonesia juga pernah lolos untuk berpartisipasi dalam ajang paling bergengsi di dunia sepak bola, yaitu Piala Dunia pada tahun 1938 dengan nama Hindia Belanda (Mahendra S, 2016).

Perkembangan sepak bola yang semakin meningkat, maka bermunculan berbagai *supporter*, baik yang hanya bermain sepak bola dan juga bahkan *supporter* fanatik yang mencintai suatu klub kebanggaan ataupun tim nasional. *Supporter* tidak hanya sebatas sebagai penonton saja, namun memiliki peran penting terhadap kesuksesan tim kesebelasan sepak bola. Seperti menurut Handoko (2008), keberadaan *supporter* tidak hanya sebatas sebagai pendukung saja, melainkan komponen yang tidak dapat dipisahkan dengan suatu tim sepak bola.

Loyalitas yang dilakukan *supporter* mampu membuat pelaku sepakbola lebih termotivasi dan berusaha untuk selalu mencetak prestasi baik untuk individu serta klub yang dibelanya. Dapat kita ketahui, hingga tahun 2020 ini terdapat dua pesohor sepakbola terpopuler dengan memiliki prestasi bergengsi baik individual maupun bersama tim. Pesepakbola itu adalah Cristiano Ronaldo (Juventus) dan Lionel Messi (Barcelona). Kedua pemain ini sejak tahun 2008 telah melakukan persaingan secara kompetitif untuk dapat meraih prestasi karir yang melejit sebagai pesepakbola profesional.

Gambar 1.1 Tampilan perbandingan karir dan prestasi Ronaldo vs Messi



Menurut Fuller & Junaedi (2017), *supporter* sepak bola sejatinya mampu merepresentasikan individu mengenai domisili asal mereka. Sama halnya dengan interaksi yang dilakukan oleh orang pada umumnya, *supporter* sepakbola juga tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Hal ini dapat dilihat pada kegiatan yang dilakukan seperti menonton langsung pertandingan di stadion, berkumpul di *home base* untuk nobar (nonton bareng), bermain futsal bersama, *gathering* nasional, dan rangkaian

kegiatan sosial. Berbagai macam usia, baik pria maupun wanita berkumpul bersama dalam sebuah *fans club*.

Fans club yang terdapat di Indonesia saat ini sangat beragam dan selalu berupaya memberikan dukungan terbaik kepada klub idolanya. *Fans club* juga memiliki persamaan arti dengan istilah *fandom*, yang menurut Joli Jensen (dalam Bayudewanto, 2017) merupakan sekumpulan fans yang tergabung dalam satu wadah. Berbagai *fans club* sepak bola luar negeri yang lahir di Indonesia seperti *fans club* liga Inggris, Italia, Spanyol, dan Prancis, akan menambah perspektif baru mengenai dunia sepak bola. Terkendala dengan jarak yang jauh antara Indonesia dengan lokasi klub yang dicintai, tidak memungkinkan untuk selalu hadir langsung menyaksikan pertandingan di stadion. Oleh karena itu, *fans club* tetap selalu memberikan dukungannya melalui kegiatan nobar (nonton bareng) yang digelar melalui *cafe* sebagai *home base* mereka.

Menurut Dixon (2014), pendukung sepak bola banyak yang memilih untuk datang langsung dalam kegiatan nonton bareng untuk dapat saling berinteraksi dengan sesama pendukung lainnya dan alasan kenyamanan yang dirasakan. Selain nonton bareng, *fans club* juga memiliki berbagai kegiatan lainnya yang berkaitan dengan internal maupun eksternal organisasi. Kegiatan tersebut meliputi futsal internal organisasi, mengikuti turnamen futsal antar organisasi *supporter*, *gathering*, dan kegiatan sosial masyarakat. Hal tersebut diterapkan juga oleh *fans club* Manchester United dari Yogyakarta, yang memiliki nama JUI. *Fans Club* ini memiliki jumlah pengikut terbanyak dibandingkan dengan organisasi pecinta sepak bola lainnya yang berada di Yogyakarta. Selain itu, JUI juga tergolong aktif mengadakan kegiatan ataupun menyampaikan informasi melalui media sosial Instagram. Hal ini dapat terlihat dari perbandingan jumlah pengikut dan postingan media sosial berikut ini hingga 16 April 2021.

Tabel 1.2 Daftar Jumlah Pengikut & Postingan Fans Club di Yogyakarta

No.	Nama Fans Club	Nama Akun Sosial Media (Instagram)	Jumlah Pengikut Sosial Media (Instagram)	Jumlah Postingan Sosial Media (Instagram)
1	Jogjakarta United Indonesia	@utdindonesiajgj	6.116	1.159
2	Inter Club Indonesia DIY	@ici_jogja	1.711	1.711
3	United Army Gunungkidul	@unitedarmy_gnk	1.389	735
4	Citizens Jogja	@msci_jogja	1.389	1.389
5	Romanisti Jogja	@ri.jogjakarta	659	110

Sumber: Olahan Peneliti

JUI adalah singkatan dari Jogjakarta United Indonesia yang berdiri sejak 30 Oktober 2007. Organisasi *supporter* ini merupakan perkumpulan individu khusus pecinta klub sepak bola Inggris Manchester United yang berdomisili di Yogyakarta dan sekitarnya. Sebagai sebuah organisasi informal, JUI tidak hanya mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan dunia sepak bola, melainkan kegiatan positif lainnya yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh JUI tercipta dan dapat terselenggara secara rutin karena dalam organisasi *supporter* ini menerapkan komunikasi horizontal dan komunikasi vertikal.

Sebagai organisasi, JUI memiliki komunikasi organisasi yang terjalin antar anggotanya maupun lintas jabatan. Setiap divisi fokus terhadap peran yang dilakukan namun juga sangat terbuka dengan kritik maupun saran dari sesama pimpinan lainnya. Hal semacam ini tentu penting diterapkan untuk kemajuan sebuah organisasi,

mengingat komunikasi antar pimpinan mampu memberikan dampak baik bagi organisasi tersebut. Seperti menurut Sriwidodo & Haryanto (2010), komunikasi yang ada pada organisasi memiliki peran yang sangat penting, karena mampu memberikan aura dan dampak positif bagi anggota untuk lebih bersemangat melaksanakan tugas. Sehingga secara tidak langsung dapat menciptakan kinerja yang maksimal dan memuaskan.

Seperti pada umumnya sebagai sebuah organisasi, JUI menerapkan dan menghargai komunikasi antar anggotanya. Komunikasi yang dilakukan dalam tubuh organisasi ini tentu sebagai sarana bertukar informasi dan ide untuk dapat mencapai tujuan bersama. Selain itu, dengan adanya komunikasi dalam organisasi mampu menjaga silaturahmi serta solidaritas antar anggota. Menurut Nuryanto (2012), solidaritas merupakan rasa setia sesama teman sejawat, saling mempercayai diantara anggota kelompok untuk sama-sama berjuang mewujudkan tujuan bersama. Solidaritas yang dibangun JUI tidak hanya pada kalangan pimpinan saja, namun hubungan antara anggota dengan pimpinannya yang disebut dengan komunikasi vertikal.

Arti dari istilah komunikasi vertikal menurut De Vito (dalam Evelina & Angeline 2011), adalah komunikasi keatas dan kebawah dalam sebuah organisasi. Komunikasi keatas dapat dimaknai dengan informasi yang berasal dari tingkatan lebih rendah menuju pada tingkatan lebih tinggi, seperti contohnya anggota atau member JUI dengan pimpinan divisi. Pimpinan divisi menampung dan menghargai setiap masukan dari para anggotanya, begitupun sebaliknya. Hubungan yang kondusif seperti ini seolah telah menjadi budaya JUI dalam setiap kegiatan yang dilakukan, sehingga menciptakan keharmonisan organisasi. JUI selalu menyediakan forum diskusi anggota untuk menceritakan segala informasi atau permasalahan yang sedang dialami. Tujuannya agar dapat terjalin kedekatan antara atasan dengan bawahan.

Komunikasi horizontal dan vertikal yang ada dalam JUI terjalin dalam *fans club* ini. Segala bentuk struktur dan peran yang dijalankan setiap divisi akan memberikan

dampak dalam berbagai macam kegiatan yang dilakukan. Melihat fenomena yang terjadi, diharapkan penelitian ini mampu menemukan pola komunikasi yang terjadi pada *fans club* ini. Berdasarkan ulasan yang dipaparkan di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan kajian tentang pola komunikasi horizontal dan vertikal dalam *fans club* JUI dengan mengangkat judul "*Pola Komunikasi Horizontal dan Vertikal Pada Fans Club Jogjakarta United Indonesia*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang dikaji yaitu:

1. Bagaimanakah pola komunikasi horizontal dan vertikal pada *Fans Club Jogjakarta United Indonesia*?
2. Faktor apa saja yang memengaruhi pola komunikasi yang terjalin pada *Fans Club Jogjakarta United Indonesia*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana pola komunikasi horizontal dan vertikal pada *Fans Club Jogjakarta United Indonesia*.
2. Mengetahui faktor yang memengaruhi pola komunikasi yang terjalin pada *Fans Club Jogjakarta United Indonesia*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari adanya penelitian ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapatkan dari adanya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi serta ikut berkontribusi bagi bidang studi ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan pola komunikasi horizontal maupun vertikal. Penelitian ini mencoba mengkaji mengenai fenomena pola komunikasi horizontal dan vertikal yang terdapat pada suatu *fans club*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi para *supporter* sepak bola yang tergabung pada suatu *fans club* untuk selalu berkomunikasi dengan sesama anggota dan pimpinannya, agar mampu mencapai tujuan bersama.
2. Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi masyarakat, untuk mampu menerapkan hubungan yang harmonis dalam berorganisasi, dengan melakukan pola komunikasi horizontal dan vertikal secara bijaksana.