

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepakbola ialah olahraga terpopuler di dunia. Dikutip dari Brilio.net mengatakan bahwa sepakbola menjadi olahraga terpopuler di dunia karena bisa dimainkan setiap orang, sepakbola sudah menjadi budaya, turnamen piala dunia mengalahkan olimpiade, dan sepakbola sarat gengsi antara pemain, pemilik dan supporter. Banyak pertandingan sepakbola yang diselenggarakan di seluruh dunia, mulai dari tingkat local, nasional dan internasional.

Saat ini salah satu liga atau kompetisi sepakbola yang paling populer di dunia adalah Liga Inggris atau *Premier League*. Seperti dikutip salah satu portal olahraga nasional Bola.net, jika dibandingkan dengan di lima liga top Eropa lainnya seperti La Liga, Ligue 1, Serie A dan Bundesliga maka Liga Inggris adalah yang paling kompetitif dalam memperebutkan juara Liga Inggris, secara produktifitas gol, Liga Inggris masih merajai dari lima liga lainnya dan kekuatan finansial yang dimiliki setiap klub di Liga Inggris, sehingga banyak pemain bintang bertaburan di Liga Inggris bahkan klub menengah bisa mendatangkan pemain bintang dari liga lainnya.

Salah satu klub yang paling banyak menjuarai Liga Inggris adalah Manchester United. Manchester United menduduki peringkat paling atas dengan telah menjuarai sebanyak 20 kali (dikutip dari AntaraNews.com). Menurut survei yang dilakukan oleh lembaga riset pasar Kantar, menyatakan bahwa Manchester United memiliki sekitar 659 juta fans di seluruh dunia. Survei tersebut dilakukan dengan mengumpulkan 54.000 responden dari 39 negara (dikutip dari Kompasiana.com). Popularitas Manchester United di media sosial juga tinggi, yaitu sekitar 8,87 juta pengikut pada media sosial twitter nya.. Manchester United juga mendominasi pemirsa TV Liga Inggris di seluruh dunia dengan angka penonton setia mencapai 52% dari penonton tv di seluruh dunia (dikutip dari rebutbola.com).

Sebagai klub Liga Inggris yang memiliki supporter terbanyak di dunia, Manchester United juga memiliki pengikut sosial media terbanyak terutama pada

facebook resminya yang menurut survey oleh socialbakers.com telah diikuti oleh 72 juta pengikut dari seluruh dunia. Negara yang memiliki pengikut pengikut Manchester United paling banyak adalah Indonesia yaitu sebanyak 9 juta pengikut dengan presentasi 13,4 persen. Hal tersebut menepatkan Indonesia pada urutan pertama sebagai pengikut Manchester terbanyak mengalahkan pengikut dari negara Thailand dan India.

Gambar 1.1

Pengikut Facebook Manchester United

Manchester United Fans by Country		
	Local Fans	Percentage Of Fan Base
Indonesia	9 800 522	13.4 %
Thailand	4 924 446	6.8 %
India	4 077 544	5.6 %
Mexico	3 565 415	4.9 %
Vietnam	3 560 211	4.9 %

Sumber : www.socialbakers.com (Diakses 23 Maret 2017, Pukul 11:44 WIB)

Hal tersebut memperlihatkan bahwa begitu banyak penggemar Manchester United yang berasal dari Indonesia. Banyaknya pengikut dari Indonesia juga berdampak pada munculnya beberapa komunitas supporter Manchester United di Indonesia. Salah satunya adalah Indonesian Manchester United atau lebih dikenal Indomanutd.

Indomanutd sendiri berdiri pada tanggal 13 Maret 2000. Salah satu faktor berdirinya Indomanutd adalah *euphoria treble champions*. Indomanutd asal mulanya milis sebagai media komunikasi, dan dengan seiring berjalannya waktu Indomanutd akhirnya memiliki forum web yaitu www.Indomanutd.org yang dikunjungi oleh para anggotanya di tahun 2007 lalu bertransformasi menjadi website di tahun 2015. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi Indomanutd membuat sosial media sebagai media komunikasi dengan anggota dan netizen. Hal tersebut yang

membedakan Indomanutd dengan supporter klub sepakbola lainnya adalah Indomanutd merupakan organisasi supporter sepakbola eropa tertua dan pertama yang non profit. Maksud dari non profit disini Indomanutd tidak mewajibkan iuran per bulan dan tidak wajib memilik kartu anggota. Mereka hanya menganjurkan kepada calon anggota yang ingin bergabung hanya cukup mendaftar melalu website resmi Indomanutd.

Sebagai komunitas supporter Manchester United tertua di Indonesia, Indomanutd memiliki prinsip yang dinamakan PLUR (*Peace Love United Respect*). Dalam prinsip tersebut, *respect* menjadi poin yang paling diutamakan. Dimana di dalam interaksi *online* pada forum Indomanutd, para anggota dilarang untuk menyebut klub rival dengan sebutan yang tidak semestinya dan pada interaksi *offline* anggota juga dilarang untuk menyanyikan yel-yel untuk klub rival yang bertujuan menyindir klub rival. Hal tersebut lah yang merupakan *respect* Indomanutd terhadap supporter klub lain.

Indomanutd berkembang hingga ke seluruh kota yang ada di Indonesia, mulai dari Papua hingga Aceh dengan cara membentuk region untuk menaungi para anggota yang terdaftar resmi. Indomanutd sendiri memiliki 40 region, namun ada dua region yang vakum yaitu region Manado dan Jogja, kegiatan region sendiri diisi dengan kegiatan olahraga, sosial, dan nonton bareng sebagai sarana untuk bertemunya para anggota Indomanutd di setiap region. Pertumbuhan region Indomanutd terbilang tidak cepat. Hal tersebut di karena kan tidak mudah memberikan kepercayaan pada orang lain dalam membangun suatu region dan syarat yang harus dipenuhi calon pendiri adalah harus sudah lama berinteraksi di forum Indomanutd baik online atau offline dan sudah lama berinteraksi dengan pengurus Indomanutd terdahulu dan harus dapat mengumpulkan 10 member dan harus membuktikannya dengan cara mengadakan nobar minimal tiga kali.

Selain setiap region mengadakan kegiatan rutin, Indomanutd juga mengadakan kegiatan *gathering* nasional untuk para setiap region yang dilaksanakan setiap dua tahun sekali. Acara *gathering* nasional dilaksanakan secara bergantian di setiap region yang terpilih sebagai tuan rumah. Untuk tahun 2017 Batam terpilih

menjadi tuan rumah pelaksanaan *gathering* nasional pada bulan Mei. Kegiatan *gathering* nasional sendiri diisi dengan kegiatan foto-foto, jalan-jalan, *meeting*, nonton bareng dan kegiatan lainnya. Kegiatan ini adalah salah satu kegiatan untuk mempererat hubungan dan solidaritas antar region.

Scheizn mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi hierarki otoritas dan tanggung jawab (Muhammad, 2009: 23). Untuk melakukan koordinasi yang baik dalam organisasi pasti diperlukannya komunikasi. Brent D. Ruben mendefenisikan komunikasi sebagai suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirim dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain (Muhammad, 2009: 3).

Indomanutd berperan penting dalam menjaga koordinasi dan komunikasi dengan setiap region. Seperti dalam menyebarkan informasi dari pusat ke region dan juga sebaliknya karena komunikasi adalah suatu hal yang penting. Dengan komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan begitu pula sebaliknya, jika komunikasi tidak berjalan dengan baik maka berdampak buruk bagi organisasi. Dampak buruk yang dimaksud adalah dapat menghilangkan citra positif kepada khalayak yang telah dibentuk Indomanutd berdasarkan prinsipnya. Melalui komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat melakukan koordinasi aktivitas dengan baik dan dapat mencapai tujuan bersama atau tujuan umum.

Koordinasi dan komunikasi yang baik oleh Indomanutd telah membuat Indomanutd terus berkembang dan setiap regionnya tetap bertahan bahkan hingga bertambah. Hal tersebut juga untuk menjaga keutuhan dan keberlangsungan Indomanutd. Pentingnya komunikasi dalam organisasi terlihat untuk mendapatkan informasi melalui proses komunikasi. Seperti yang dikatakan Muhammad (2009: 30) bahwa komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan bagi organisasi. Informasi yang dibutuhkan ini baik dari dalam maupun dari luar organisasi.

Proses penyampaian informasi antar Indomanutd dan regionnya pun memiliki peranan penting. Dimana jika komunikasi dan koordinasi terlaksana dengan baik maka setiap region akan mendapatkan informasi yang sama dari pusat mengenai organisasi. Seperti Pace dan Faules (2006: 183) mengatakan dalam komunikasi organisasi kita berbicara tentang arah aliran informasi yaitu informasi yang berpindah secara formal maupun informal dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah dan sebaliknya, serta juga antar otoritas yang sama.

Indomanutd berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada setiap regionnya. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan (Suryanto, 2015: 175). Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab (Suryanto, 2015: 182) terdapat tiga bentuk pesan, yaitu pesan informatif, pesan persuasif dan pesan koersif. Menurut Thayer (Muhammad, 2009: 99) mengatakan bahwa fungsi pesan dalam organisasi adalah untuk memberi informasi, membujuk, memerintah, memberi instruksi dan mengintegrasikan organisasi. Jika penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan kepada setiap region lalu setiap region tersebut menyampaikan kepada anggotanya berbeda, maka akan menimbulkan konflik di dalam internal Indomanutd atau regionnya itu sendiri.

Umumnya setiap organisasi menggunakan dan memiliki pola komunikasi dalam menjalankan kegiatan organisasi serta untuk mencapai tujuannya organisasi. Kegiatan dalam sebuah organisasi dapat terjadi dengan lancar apabila terjadi komunikasi dan hubungan yang baik antara pusat dan region maupun antara atasan dan bawahan.

Menurut Warren dan Raymond mengatakan salah satu hambatan dalam komunikasi adalah *number of people supervised* atau jumlah staf yang berada dalam kendali atau dalam pengawasan. Dimana jika staff yang langsung dibawah pengawasan seorang pimpinan kurang dari 12 orang maka komunikasi mengenai bidang tugas atau pekerjaannya lebih lancar. Sebaliknya, jika staff yang dibawah komandonya lebih dari 12 orang maka kecenderungannya komunikasi akan

terhambat (Ruliana, 2014: 34). Indomanutd sebagai organisasi yang mempunyai 40 region (termasuk yang vakum) dan terbilang cukup lama dan sudah memasuki usia ke 17 tahun, pastinya dengan umur yang sudah cukup lama tersebut, Indomanutd sebagai suatu organisasi supporter sepakbola memiliki tantangan tersendiri dalam koordinasi dan komunikasi kepada setiap regionnya.

Sebagai komunitas non-profit, yang dimaksudkan non-profit adalah tidak dipungut biaya dalam pendaftarannya, berbeda dengan komunitas supporter pecinta manchester united lainnya seperti united army indonesia, dimana mereka memungut biaya dalam pendaftarannya sebesar 325.000 rupiah. Lalu juga Indomanutd masih menggunakan website sebagai media komunikasi dengan region, yaitu melalui website resminya. Indomanutd menggunakan websitenya untuk mempublish informasi-informasi seputar manchester united dan juga kegiatan internal region. Hal tersebut dilakukan agar antar region saling mengetahui informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh region lainnya. Berbeda dengan komunitas pecinta manchester united lainnya seperti united army indonesia, dimana mereka menggunakan website hanya sebagai untuk membagikan informasi profil dari united army dan pendaftaran secara online, tidak digunakan untuk media berkomunikasi dengan region mereka

Melihat pentingnya komunikasi dalam organisasi dan melihat pengaruh komunikasi itu sendiri terhadap sebuah organisasi. Berdasarkan hal tersebut dan latar belakang yang telah peneliti uraikan, peneliti akan membahas isi pesan dan arah aliran informasi yang nantinya akan digambarkan dalam pola komunikasi, karenanya peneliti ingin melihat pola komunikasi Indomanutd dalam menjaga hubungan dan koordinasi dengan setiap regionnya. Maka dari itu peneliti mengajukan judul penelitian mengenai **“Pola Komunikasi pada Komunitas Indomanutd (Studi Deskriptif Kualitatif Indomanutd Pusat dengan setiap region)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti membatasi masalah atau memfokuskan penelitian ini agar pembahasan tidak terlalu luas, maka fokus dari penelitian ini adalah bahasan mengenai:

1. Apa isi pesan komunikasi yang disampaikan Indomanutd Pusat dengan setiap region?
2. Bagaimana arah aliran informasi yang terbentuk pada Indomanutd Pusat dengan setiap region?
3. Bagaimana pola komunikasi yang terbentuk pada Indomanutd Pusat dengan setiap region?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui isi pesan komunikasi yang disampaikan Indomanutd Pusat dengan setiap region
2. Untuk mengetahui arah aliran informasi pada komunitas Indomanutd Pusat dengan setiap region
3. Untuk mengetahui pola komunikasi Indomanutd Pusat dengan setiap region

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama yang berhubungan dengan pola komunikasi terutama yang berhubungan dengan organisasi
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Aspek Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi mengenai bagaimana pola komunikasi pada bidang organisasi yang terjadi pada komunitas Indomanutd dengan setiap region.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pola komunikasi pada bidang organisasi.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan sebuah penelitian kualitatif, diperlukan tahapan penelitian yang menurut Lexy J. Moleong (Ghoni, Almanshur, 2012: 144) terdiri dari:

1. Tahapan Pra-lapangan

Pertama, peneliti akan menentukan topik yang nantinya diangkat menjadi sebuah penelitian dan melakukan *desk study* (studi literature) atau pengumpulan data awal yang berkaitan dengan topik penelitian yang telah ditentukan. Topik yang peneliti pilih adalah mengenai pola komunikasi pada komunitas Indomanutd dengan objek penelitian adalah pola komunikasi komunitas Indomanutd dengan setiap region. *Desk study* atau studi literature difokuskan pada referensi mengenai topik penelitian dan diperoleh melalui buku, dokumen ataupun internet.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara terhadap narasumber dan observasi terhadap beberapa kegiatan rutin yang diadakan oleh Indomanutd. Selanjutnya peneliti mencatat informasi, mengambil gambar atau foto yang dianggap penting bagi penelitian ini.

3. Tahap Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan teknik analisis data. Selanjutnya peneliti membuat suatu kesimpulan berdasarkan data dan hasil penelitian yang didapatkan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Madame Kitchen di Tebet Timur Raya No. 43, Tebet, Jakarta Selatan.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu kurang lebih delapan bulan dari bulan Februari 2017 sampai dengan September 2017.

Table 1.1
Waktu Penelitian

No	Tahapan	Feb	Maret	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept
1	Menentukan ide dan objek penelitian								
2	Mengajukan <i>outline</i>								
3	Menyusun proposal								
4	DE (Desk Evalutaion)								
5	Revisi Proposal								
6	Melakukan penelitian								
7	Melakukan hasil akhir penelitian								
8	Sidang Akhir								
9	Revisi Skripsi								

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah dan pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tahapan dan waktu penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, penjabaran teori-teori yang menjadi landasan pokok untuk menjawab permasalahan penelitian dan kerangka pemikiran

Bab III Metode Penelitian

Pada Bab ini berisikan mengenai paradigma penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, obyek penelitian, sampel, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data dan uji kredibilitas data.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada Bab ini berisikan mengenai hasil dan pembahasan tentang penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini berisikan mengenai simpulan dan saran dari hasil penelitian.

Daftar Pustaka

Lampiran