

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, Perkembangan teknologi dalam hal pembayaran berkembang sangat cepat. Pada awalnya sistem pembayaran hanya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, kini berkembang menjadi pembayaran dalam bentuk non tunai. Transaksi masyarakat tanpa uang tunai menjadi solusi untuk menjawab tantangan transaksi masa kini yang selalu menggunakan teknologi dan membutuhkan waktu yang cepat, praktis dan aman dalam proses transaksi tersebut. Meski popularitasnya di Indonesia belum begitu bagus, namun setidaknya transaksi pembayaran konsumen dengan menggunakan metode *non* tunai makin meningkat dari tahun ke tahun. Fakta ini membawa Indonesia masuk dalam pertumbuhan industri keuangan di era digital yang semakin canggih.

Peneliti melakukan tracking untuk penelitian mengenai strategi komunikasi *e-ticket* dalam kajian sepak bola. Pada tahun 2019 terdapat studi mengenai *Neoliberalizing football and fandom: the authoritarian e-ticketing system in Turkish stadiums* yang membahas tentang system *e-ticket* di stadion turki. Penelitian ini menunjukkan bahwa *system passolig* di turki menggiring penggemar untuk menjadi konsumen yang suka berbelanja dengan kemudahan yang ada di *system passolig*. (Erturan-Ogut, 2019). Pada tahun 2018 terdapat penelitian mengenai *Determinants of consumers' intentions to use smartphones apps for flight ticket bookings*. Yang membahas tentang penggunaan *smartphone* dalam pembelian tiket pesawat. Penelitian ini menunjukkan bahwa menurut perspektif perusahaan, penggunaan *smartphone* dalam pembelian tiket dapat memberikan keuntungan komersil serta mengurangi biaya administratif bagi maskapai penerbangan (Jeon, Ali, & Lee, 2019).

Pada tahun 2017 terdapat penelitian mengenai *E-Ticketing as a New Way of Buying Tickets: Malaysian Perceptions*, yang membahas tentang tren *e-ticket* di

kalangan masyarakat perkotaan khususnya di Kuala Lumpur. Penelitian ini menunjukkan mayoritas responden berpendapat bahwa pembelian tiket secara *online* mudah untuk dilakukan (Sulaiman, Ng, & Mohezar, 2008). Penelitian terdahulu peneliti belum menemukan pembahasan *e-ticket* dari sisi strategi komunikasi. Peneliti akan menggunakan peluang tersebut sebagai kebaruan dalam penelitian ini. Perubahan sistem pembayaran yang semula menggunakan uang tunai berangsur-angsur berubah menjadi uang elektronik atau uang digital. Dengan perubahan tersebut muncul berbagai macam *e-commerce* yang menyediakan jasa penjualan tiket secara *online* dalam berbagai acara.

Tabel 1. 1 Tahun sistem tiket *online* muncul di berbagai acara

<i>Jenis E-commerce</i>	<i>Tahun</i>	<i>Sumber</i>
<i>Tiket hotel, tiket pesawat, tiket kereta api, penyewaan mobil</i>	2011	(Miasahdana, 2017)
<i>Tiket konser</i>	2012	(Wardah, 2017)
<i>Tiket sepak bola</i>	2015	(Risky, 2015)

Munculnya sistem tiket *online* menjadi peluang bagi sebuah klub sepak bola untuk memanfaatkan perkembangan zaman ini dan memaksimalkan cara mereka dalam melakukan transaksi dalam bisnis di bidang sepak bola. Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling diminati di Indonesia (Rochman, 2017) ([www.sports.okezone.com](http://www.sports.okezone.com) diakses pada 19 September 2019, pukul 14.00 WIB). Hal tersebut tentunya bisa dilihat dari padatnya jumlah penonton yang hadir di setiap pertandingan yang terselenggara. Bahkan, biasanya antrian tiket pertandingan bola sudah mengular sejak pagi walaupun pertandingannya masih akan diselenggarakan di sore hari. Semakin besar tingkatan liga yang akan diselenggarakan, makin besar pula animo masyarakat untuk menontonnya (Loket.com, 2018) ([www.loket.com](http://www.loket.com) diakses pada 30 September 2019, pukul 20.00 WIB).

Besarnya minat penonton, ternyata turut memberikan peluang bagi pihak-pihak yang tak bertanggung jawab dalam meraih keuntungan. Bentuk penipuan dan

pemalsuan tiket pertandingan bola pun tak jarang terjadi hingga menimbulkan kericuhan saat di pintu masuk stadion. Pemberitaan terhadap penonton yang tak bisa masuk ke stadion karena mendapat tiket palsu juga marak diberitakan. Hal ini yang membuat klub sepak bola tergoda untuk menggunakan sistem tiket *online*, Penggunaan tiket *online* bertujuan untuk meminimalisir kebocoran/pemalsuan tiket pada pertandingan sepak bola (Loket.com, 2018) ([www.loket.com](http://www.loket.com) diakses pada 30 September 2019, pukul 20.00 WIB).

Dengan banyaknya masalah dalam sistem tiket konvensional, Hal ini menjadi dorongan bagi klub sepak bola untuk meningkatkan pelayanan yang baik kepada pendukungnya dengan menerapkan sistem tiket *online* selain tiket konvensional. Sistem tiket *online* memberikan keefektif dan keefisienan dalam pemesanan tiket di mana pun mereka berada dan dapat mempersingkat waktu.(Soegoto & Siddiq, 2018) Dengan keefektifan dan keefisienan tersebut mendorong antusiasme pendukung untuk menonton. Adapun klub sepak bola diluar negeri yang sudah menggunakan tiket online adalah Arsenal FC, Manchester United, Manchester City, Chelsea, Liverpool, Real Madrid, Barcelona, AS Roma, AC Milan, Juventus, Bayern Muchen, Cerezo Osaka dan FC Tokyo (StubHub, 2019) ([www.stubhub.id](http://www.stubhub.id) diakses pada 8 April 2020, pukul 19.00 WIB).

Tabel 1. 2 Daftar klub sepak bola luar negeri yang memakai tiket online

No	Nama Klub	Liga	Sumber
1.	Arsenal FC	Premier League	(StubHub, 2019)
2.	Manchester United	Premier League	
3.	Manchester City	Premier League	
4.	Chelsea	Premier League	
5.	Liverpoll	Premier League	
6.	Real Madrid	La Liga	
7.	Barcelona	La Liga	
8.	AS Roma	Serie A	
9.	AC Milan	Serie A	

10.	Juventus	Serie A	
11.	Bayern Muchen	Bundes Liga	
12.	Cerezo Osoaka	Japan League	
13.	F.C. Tokyo	Japan League	

Adapun klub sepak bola Indonesia yang sudah menggunakan sistem tiket *online* yaitu Persebaya Surabaya, PSS Sleman, Persija Jakarta, Arema FC, PSM Makassar dan Persib Bandung (Hadijah, 2017) ([www.cermati.id](http://www.cermati.id) diakses pada 30 September 2019, pukul 19.00 WIB).

Tabel 1. 3 Daftar Klub Sepak Bola Indonesia yang Memakai Sistem Tiket *Online*

No	Nama Klub	Tiket Online	Tiket Konvensional
1.	Arema FC	✓	✓
2.	PSS Sleman	✓	✓
3.	Persib Bandung	✓	✗
4.	Persija Jakarta	✓	✓
5.	PSM Makassar	✓	✓
6.	Persebaya Surabaya	✓	✓

Dari data di atas, Salah satu klub sepak bola yang serius dalam menjalankan sistem tiket *online* adalah klub Persib Bandung, Klub tersebut berusaha meningkatkan pelayanan kepada para pendukungnya dengan memberlakukan mekanisme 100% pembelian tiket *online* untuk semua pertandingan kandang di tahun 2019. Sistem ini dibuat agar mempermudah akses serta memberikan pelayanan efisien kepada bobotoh pada saat ingin menyaksikan laga Persib Bandung dan bisa dikatakan tidak akan ada lagi pelayanan pembelian tiket secara *offline* yang tersedia di Graha Persib Bandung.



Gambar 1. 1 Poster Tiket *Online* Persib vs Persipura

Sumber: [www.persib.co.id](http://www.persib.co.id)

Akan tetapi penerapan mekanisme 100% pembelian tiket *online* memiliki dua sisi yaitu sisi positif dan sisi negatif. Dilihat dari sisi positif jelas dengan diberlakukannya mekanisme 100% tiket *online*, hal ini mempermudah pendukung Persib Bandung untuk membeli tiket pertandingan Persib Bandung dan dilihat sisi negatifnya, Penerapan mekanisme 100% tiket *online* ini dianggap menyulitkan pendukung Persib Bandung yang berasal dari daerah-daerah yang belum ada akses internet (Putra, 2019) ([www.sport.detik.com](http://www.sport.detik.com) diakses pada 30 September 2019, pukul 19.00 WIB). Peneliti telah melakukan pra-riset terhadap pegawai Persib Bandung yang bernama Bapak Riski Kuniawan sebagai *Partnership* dan *Aktivation*, memang benar, pada saat ini *supporter* banyak yang merasa susah untuk mendapatkan tiket *online* karena kesulitan dalam mengakses internet atau tiket *online* dan juga peneliti melakukan pra-riset terhadap *supporter* tentang kesulitan yang dialami.

Dengan tidak adanya akses internet di daerah-daerah tertentu membuat informasi yang diberikan oleh Persib Bandung menjadi terhambat karena biasanya informasi cepat beredar ketika disampaikan lewat internet. Dengan kurangnya informasi yang didapat oleh pendukung Persib Bandung juga berdampak pada

kesulitan pendukung Persib Bandung dalam mendapatkan tiket *online* pertandingan Persib Bandung. Hal ini juga sama diungkapkan oleh manajer Persib Bandung Umuh Muchtar tentang penyebab sepi penonton yang datang ke stadion karena masih banyak penonton yang mengandalkan tiket konvensional (Snaz, 2019). ([www.bola.com.com](http://www.bola.com.com) diakses pada 30 September 2019, pukul 20.00 WIB).

Perlu penyampaian yang baik kepada *supporter* tentang tiket *online*, hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi adalah pedoman dalam perencanaan komunikasi yang melibatkan pemangku kepentingan yang berbeda agar mendapatkan dukungan dalam proses perencanaan komunikasi dan mempunyai tujuan yang sama didalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan permasalahan kesulitan yang dialami pendukung Persib Bandung dalam mendapatkan tiket pertandingan, berdampak pada penurunan jumlah penonton pada paruh musim ini. Berikut tabel jumlah penonton peruh pertama Persib Bandung:

Tabel 1. 4 Daftar Jumlah Penonton dan Rangking Liga 1

Liga	Jumlah Penonton	Peringkat Penonton	Sumber
Liga 1 Gojek	170.917	2	(Amin, 2018)
Liga 1 Shopee	131.144	6	(Wachid, 2019)

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai Bagaimana Strategi Komunikasi *E-Ticket* Persib Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Semua penelitian yang telah dilakukan memiliki manfaat dan kegunaan tersendiri baik untuk peneliti, orang lain maupun objek yang diteliti. Peneliti dapat memberikan manfaat dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Aspek Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu teori komunikasi dalam bidang strategi komunikasi.

## 2) Aspek Praktis

Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi sumber referensi dalam penelitian lainnya dan dapat bermanfaat terhadap objek penelitian yang diteliti.

### **1.4 Tahapan Penelitian**

Tahapan penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### 1) BAB I

Berisikan tentang pendahuluan dari penelitian ini yang mencakup latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tahapan penelitian hingga waktu penelitian.

#### 2) BAB II

Peneliti akan menguraikan teori-teori dan berbagai tinjauan pustaka, peneliti juga akan memberikan penelitian terdahulu lalu menjelaskan tinjauan teori.

#### 3) BAB III

Peneliti akan menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti. Bab ini berisikan paradigma penelitian, metodologi penelitian, unit analisis data dan teknik analisis data.

#### 4) BAB IV

Pembahasan dari penelitian ini yang mencantumkan Strategi Komunikasi *E-Ticket* Persib Bandung dan juga wawancara dari 5 informan.

#### 5) BAB V

Peneliti memberikan kesimpulan dari penelitian ini dan tidak lupa juga untuk mencantumkan pesan dan saran untuk penelitian ini.

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat di Graha Persib Bandung yang berada di Jl. Sulanjana No.17, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116

Tabel 1. 5 Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu/Bulan											
		September			Oktober			November			Desember		
1	Penyusunan DE (BAB I – BAB III)												
2	Pengumpulan Data												
3	Analisis Data												
4	Penyusunan BAB IV dan BAB V												
5	Sidang Akhir Skripsi												