

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi tidak pernah lepas dari perkembangan kehidupan manusia. Untuk bertahan hidup bahkan melewati evolusi kehidupannya manusia sangat memerlukan komunikasi. Komunikasi yang membantu manusia membangun peradabannya. Dengan melakukan komunikasi pula manusia mempelajari suatu hal dan membuat penghidupan yang lebih baik pada dirinya. Komunikasi sangat penting peranannya dalam sebuah kehidupan sosial seseorang maupun suatu kelompok atau organisasi.

Pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal tetapi juga dalam tataran komunikasi organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi, organisasi dapat macet dan berantakan. Dengan demikian komunikasi dalam setiap organisasi mempunyai peranan yang cukup penting.

Seperti sebuah organisasi suporter sepak bola yang ada di lingkungan penulis, yang memiliki konsep komunikasi baik komunikasi antar personal maupun komunikasi organisasi, sehingga tetap memiliki eksistensi hingga saat ini dan sedikit banyak memberikan sumbangsih pada tim sepak bola yang didukungnya.

Suporter selain sebagai sekumpulan orang yang datang untuk menikmati indahnya permainan sepakbola, suporter juga memiliki peran untuk penyalut

motivasi dan membangkitkan semangat timnya. Puluhan ribu penonton yang hadir ke Stadion maupun yang bergerak antar kota dengan menggunakan transportasi umum hanya dianggap sekumpulan masa yang destruktif semata.

Sepak bola dan suporter merupakan suatu kesatuan yang tak dapat dipisahkan, Dalam suatu pertandingan suporter memiliki peran yang cukup penting. Suporter seakan membuat pemain menunjukkan permainan terbaiknya. Maka tidak jarang tim yang didukung suporter meraih kemenangan. Pengertian suporter menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang - orang yang memberikan dukungan, sokongan dalam berbagai bentuk disuatu situasi. Suporter biasanya memiliki cara-cara dalam mendukung tim kesukaannya.

Indonesia memiliki berbagai macam suporter fanatik yang mendukung tim kesayangan asal daerahnya masing-masing yang tersebar. Salah satunya adalah BCS atau Brigata Curva Sud, suporter klub PSS Sleman yang dikenal fanatik dalam memberikan dukungan. Mulanya BCS tak sebesar sekarang. Pada musim kompetisi 2008/2009, mereka hanya terdiri dari sekelompok kecil orang yang masih berada di bawah payung Slemania. Bila dibandingkan dengan kelompok suporter PSS yang lebih dulu berdiri itu, jumlah mereka tentu amat sedikit. Meski begitu, dengan jumlah yang masih sedikit dan masih terikat tersebut, mereka sudah mulai berusaha membentuk identitas yang berbeda dengan Slemania.¹

¹ <https://www.boombastis.com/brigata-curva-sud/156863>

Copa90 merilis sebuah video singkat tentang lima *ultras* terbaik di Asia. Football Tribe Indonesia, yang mendapat hak eksklusif konten video tersebut, kemudian menemukan hal menarik yang patut diapresiasi bahwa nyatanya, *among those five best in Asia*, ada *ultras* Indonesia di dalamnya. Mereka adalah Brigata Curva Sud (BCS), *ultras* dari tim sepak bola asal Yogyakarta, PSS Sleman.²

Bukan hanya sekadar masuk dalam *list*, namun BCS memuncaki daftar tersebut dan menjadi justifikasi bahwa diantara seluruh *ultras* yang ada di Asia, pesona anak-anak Sleman nyatanya sudah mendapat pengakuan dunia dan berada di puncak daftar *ultras* terbaik di Asia dalam menjaga sloidaritas dan loyalitas suporter.

Apa yang dapat kita temukan kemudian dari video tersebut adalah fakta mutlak bahwa animo suporter di Indonesia adalah salah satu yang terbaik di Asia, bahkan mungkin, di dunia. Pengakuan datang karena tindakan nyata sudah dilakukan dan bukti sudah mampu ditunjukkan bahwa di luar lingkaran gelap sepak bola dalam negeri, Indonesia menunjukkan bahwa suporter kita mampu membawa kebanggaan untuk kita semua.

Tentunya untuk memperoleh hal tersebut didalam organisasi Brigata Curva Sud (BCS) dalam menajaga anggota-anggotnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti mengeneai komunikasi organisasi di dalam suporter Brigata Curva Sud (BCS) dalam menjaga loyalitas anggota.

² <https://football-tribe.com/indonesia/2017/02/18/bcs-1976-best-ultras-asia-versi-copa90/>

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi organisasi suporter brigata curva sud dalam menjaga loyalitas antar anggota?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan di capai oleh penulis adalah untuk menjelaskan komunikasi organisasi suporter Brigata Curva Sud (BCS) dalam menjaga loyalitas suporter.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan komunikasi organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi proses pemahaman masyarakat terhadap komunikasi organisasi Brigata Curva Sud (BCS) dalam menjaga loyalitas.
- b. Dapat memberikan masukan dan evaluasi dalam pengembangan proses berorganisasi suporter Brigata Curva Sud (BCS) dalam menjaga loyalitas anggota.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dimana data yang diperoleh peneliti berdasarkan dari pengalaman informan.

“Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.³

Pada penelitian ini, peneliti berupaya mencari data berupa pengalaman Brigata Curva Sud (BCS) di Jogjakarta berupa komunikasi yang ada di organisasi Brigata Curva Sud (BCS).

1.5.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁴

Objek penelitian yakni pengalaman yang terkait dengan komunikasi organisasi suporter yang dilakukan kelompok-kelompok suporter Brigata Curva Sud (BCS). Alasan pemilihan obyek adalah peneliti ingin memahami dan mendeskripsikan bagaimana bentuk komunikasi organisasi suporter Brigata Curva Sud dalam menjaga loyalitas anggota.

³ Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung:Alfabeta. Halaman 5

⁴ Sugiyono. 2016. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung:Alfabeta. Hal 39

1.5.3 Sumber Data

a. Data Utama

Data utama pada penelitian ini adalah pengalaman mengenai perilaku komunikasi berupa komunikasi verbal maupun non verbal dan faktor yang melatarbelakangi perilaku komunikasi tersebut. Pencatatan sumber data utama melalui pengamatan di lokasi penelitian serta wawancara dengan informan yang sesuai kriteria suporter fanatik. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekam.

b. Data Pendukung

Data pendukung bersumber foto-foto dan majalah tentang kegiatan komunikasi organisasi suporter Brigata Curva Sud (BCS) dalam menjaga loyalitas anggota.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi atau Pengamatan

Metode Observasi yaitu mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan terjun langsung terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian memperoleh informasi berkaitan dengan keadaan lokasi dan kondisi subyek dan obyek penelitian. Peneliti melakukan pengamatan mengenai komunikasi organisasi suporter dalam menjaga loyalitas anggota baik di tribun maupun di forum.

b. Teknik Wawancara atau Interview

Metode wawancara yaitu sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh data dan informasi dari yang diwawancara. Dengan metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang berhubungan dengan tema.

Wawancara ini akan dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Setelah itu peneliti akan mengumpulkan dan mengklasifikasikan data yang diperoleh, sehingga peneliti akan melakukan wawancara berkali-kali dengan subyek dalam penelitian ini. Wawancara ini dilakukan dengan informan terpercaya dari Brigata Curva Sud (BCS). Yaitu ada 1 pembina dan 2 anggota dari komunitas BCS yang berbeda.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data historis yang berisi data sosial dan fakta dokumentasi, peneliti mengumpulkan data visual berupa foto-foto/gambar dari informan yang terkait dengan perilaku komunikasi yang dilakukan suporter fanatik Brigata Curva Sud (BCS).

1.5.5 Teknik analisis data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, yaitu medeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar,

dan bukan angka. Kemudian data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya serta dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas. Pada penelitian deskriptif ini data yang diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datahnya jenuh. Ada tiga alur tahapan dalam analisis data menurut versi Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁵

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan bermaksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan kemudian data tersebut diverifikasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk

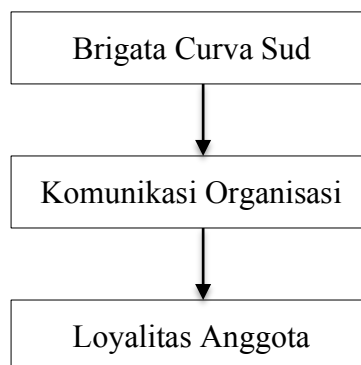
⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT Bumi Aksara. 2009.hal 85-89.

yang padu dan mudah dipahami

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan bagian akhir penelitian kualitatif. Penelitian harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kecamata *key information* dan bukan penapsiran makna menurut pandangan peneliti.

1.5.6 Kerangka Pikir



1.6 Kerangka Operasional

1.6.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam Khomsahrial Romli, adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang di setuju oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi.⁶

1.6.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Komunikasi menjalankan empat fungsi komunikasi dalam suatu organisasi (Wahjono ,2010:218) yaitu :⁷

1. Fungsi Kendali (control atau pengawasan)

Komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota organisasi agar mereka mematuhi semua aturan dan hierarki dalam organisasi

2. Fungsi Motivasi

Komunikasi dapat menjelaskan pada para anggota apa yang harus dikerjakan dan bagaimana dapat bekerja dengan baik.

3. Fungsi pengungkapan emosi

Dengan komunikasi,para anggota dapat mengungkapkan kekecewaan atau rasa puas yang mereka rasakan

⁶ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : Grasindo, 2011), hlm. 2

⁷ Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Perilaku Organisasi* Sentot Imam Wahjono. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

4. Fungsi Informasi

Dengan Informasi, semua keputusan dapat diambil dan dapat diteruskan pada semua anggota organisasi.

1.6.3 Dimensi komunikasi Organisasi

Ada dua dimensi atau pendekatan komunikasi organisasi antara lain;⁸

a) Komunikasi organisasi internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dan sebagainya. Komunikasi internal menunjukkan pertukaran informasi antar manajemen organisasi dengan publik internalnya yaitu para karyawan. Komunikasi dengan karyawan merupakan kunci utama dari program hubungan masyarakat yang modern.

Proses komunikasi internal ini bisa berwujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder. Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

⁸ Onong Utjana Effendy, Komunikasi: Teori Dan Praktek. Hal 122

1. Komunikasi dari bawah ke atas (upward communication)

Yang dimaksud dengan komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi.⁹

Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan.

2. Komunikasi dari atas ke bawah (downward communication)

Komunikasi dari pimpinan ke bawahan yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari atasan atau pimpinan kepada bawahannya. Pada umumnya komunikasi ke bawah digunakan untuk tujuan menyampaikan pesan-pesan yang berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijakan umum.

3. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian.

⁹ Poppy Ruliana, Komunikasi Organisasi: Teori Dan Studi Kasus hal 95.

b) Komunikasi organisasi eksternal

Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik, yaitu;

1. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi; press release; artikel surat kabar atau majalah; pidato radio; film dokumenter; brosur; leaflet; poster; konferensi pers
2. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

1.6.4 Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah setia pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain/perusahaan tempat dia meletakkan loyalitasnya.¹⁰

¹⁰ Vol. 01 No. 01, Juni 2013 Hubungan Pengembangan Karir Dan Pemberian Insentif Terhadap Loyalitas Kinerja Guru Purnomo Wicaksono (07120167).hal 50. <https://media.neliti.com/media/publications/37058-ID-hubungan-pengembangan-karir-dan-pemberian-insentif-terhadap-loyalitas-kinerja-gu.pdf>

1.6.5 Aspek-Aspek Loyalitas

Loyalitas kerja tidak terbentuk begitu saja dalam perusahaan, tetapi ada aspek-aspek yang terdapat di dalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja. Masing-masing aspek merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang berkaitan dengan karyawan maupun perusahaan. Aspek-aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Siswanto (Trianasari: 2005), yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh karyawan antara lain:

1. Taat pada peraturan

Setiap kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen perusahaan ditaati dan dilaksanakan dengan baik. Keadaan ini akan menimbulkan kedisiplinan yang menguntungkan organisasi baik intern maupun ekstern.

2. Tanggung jawab

Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan karyawan. Kesanggupan karyawan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesadaran bertanggungjawab terhadap resiko atas apa yang telah dilaksanakan.

3. Kemauan untuk bekerja sama

Bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara individual.

4. Rasa memiliki

Adanya rasa ikut memiliki karyawan terhadap perusahaan akan membuat karyawan memiliki sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung jawab terhadap perusahaan sehingga pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas demi tercapainya tujuan perusahaan.

5. Hubungan antar pribadi

Karyawan yang mempunyai loyalitas kerja tinggi mereka kan mempunyai sikap fleksibel ke arah tata hubungan antar pribadi. Hubungan antar pribadi ini meliputi : hubungan sosial diantara karyawan, hubungan yang harmonis antara atasan dan karywan, situasi kerja dan sugesti dari teman kerja.

6. Kesukaan terhadap pekerjaan

Perusahaan harus dapat menghadapi kenyataan bahwa karyawannya tiap hari datang untuk bekerja sama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati sebagai

indikatornya bisa dilihat dari: keunggulan karyawan dalam bekerja, karyawan tidak pernah menuntut apa yang diterimanya di luar gaji pokok.