

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sepakbola adalah suatu olahraga yang mempunyai banyak penggemar dibelahan dunia manapun. Pertandingan sepakbola tentu tidak terlepas dari adanya *supporter* dengan berbagai keunikannya. *Supporter* adalah sebuah elemen penting dalam sepakbola, supporter juga berperan sebagai pendongkrak semangat tim yang bertanding. Perkembangan *supporter* di Indonesia juga mengalami kemajuan cukup pesat, hal tersebut dapat dilihat dari tayangan media elektronik ataupun cetak bahkan di sosial media. Keberadaan *supporter* dan komunitasnya memberi arti pada sebuah bisnis tontonan olahraga, khususnya sepakbola. Dalam bingkai sebuah pertunjukkan, *supporter* saat ini mengambil dua peran sekaligus, yaitu sebagai penampil (*performer*) dan penonton (*audience*).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat dengan beraneka ragam varian aplikasi ditandai dengan adanya internet sehingga banyak informasi berharga yang dapat kita ambil dengan mudah. Internet merupakan sebuah kumpulan jaringan yang memiliki skala global. Bahkan, tidakada satupun orang yang mampu bertanggung jawab untuk menjalankan internet itu sendiri (Sarwono,2012:17). Mulanya internet hanya digunakan dalam kebutuhan militer, namun kini internet merambah pada keperluan masyarakat sipil dan juga dalam bentuk hiburan. Internet inilah yang kemudian menjadikan jarak dan waktu bukan suatu masalah lagi. Saat internet telah berkembang sebagai ajang

komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Pengguna internet banyak didominasi oleh kalangan remaja, fasilitas yang ada dapat dengan digunakan dan diakses. Melalui internet para pengguna dapat melakukan komunikasi melalui teks, gambar, video, suara bahkan komunikasi audio visual secara langsung.

Internet merupakan media *online* yang semakin diminati sebagai media massa kontemporer yang sangat dibutuhkan di era modern yang haus akan pengetahuan dan informasi. Yunus (2010:34) mengatakan media massa adalah bentuk-bentuk penyajian informasi atau berita, yang terkait dengan aktivitas jurnalistik, baik yang terdapat di media cetak, media elektronik, atau media *online*.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi website baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarkan konten sendiri. Post di *blog*, *tweet*, atau video *YouTube* dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010:2-3).

Dengan adanya media sosial yang dapat dengan sangat mudah diakses menggunakan *handphone*, *smartphone* atau fasilitas internet yang ada di rumah atau warung internet. Kini para remaja tak lagi sulit untuk menjalin hubungan erat dan harmonis antara teman sebayanya. Media sosial juga bisa digunakan untuk keperluan organisasi atau komunitas, yang berfungsi untuk menjadi wadah sarana komunikasi dan informasi komunitas tersebut.

Beberapa aplikasi media sosial yang paling umum dapat diintegrasikan ke dalam ranah atau *online* untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan

informasi. Masyarakat informasi adalah masyarakat yang menggunakan informasi sebagai basis peningkatan kemampuan hidupnya baik dalam kegiatan ekonomi, sosial, politik maupun budaya. Ciri yang tampak dari masyarakat informasi adalah pemanfaatan dan akses yang tinggi dalam berkomunikasi serta mencari informasi melalui perangkat digital. Sedangkan masyarakat pembelajar adalah masyarakat yang dapat mengakses informasi dan membangun komunikasi untuk kemudian memanfaatkannya untuk kemajuan, peningkatan kualitas, dan membawa perubahan di berbagai aspek kehidupannya. Ciri masyarakat pembelajar adalah adanya dinamika, produktivitas, kerja sama, inovasi dan perbaikan terus-menerus dengan bersumberkan pada kemampuan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Dalam sejarah perjalanan media sosial, beragam aplikasi datang dan pergi. Ada yang hilang dari dunia maya, namun ada yang terus bertahan karena dibutuhkan dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Apa yang membuat media sosial terus dibutuhkan masyarakat? Salah satu kata kuncinya adalah karena kekuatan informasi, komunikasi, dan jejaring sosial yang terkandung di dalamnya (Mulyati, 2014:2-3).

Berkembangnya internet di era modern ini di manfaatkan oleh supporter Persis Solo untuk menyebarkan informasi dan komunikasi melalui media sosial. Supporter Persis Solo membentuk sebuah redaksi yang di beri julukan Sambernyawa.com. Dalam menyebarkan informasi dan komunikasi, *sambernyawa.com* memanfaatkan media sosial *instagram*, *facebook*, *twitter* dan *website*.

PERSIS Solo adalah salah satu klub sepakbola di Indonesia, pendiriannya diadakan 8 November 1923 di Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia oleh Sastrosaksono (tokoh dari Klub Mars serta R. Ng. Reksodiprojo dan Sutarman dari Klub Romeo, di bawah nama Vorstenlandsche Voebal Bond (VVB). PERSIS Solo kini menjadi satu-satunya klub sepakbola kebanggaan kota bangawan setelah hampir selama puluhan tahun sejak berdirinya kurang mendapat dukungan penuh dari masyarakatnya. Apalagi ketika memasuki era milllenium 2000 dimana Surakarta mulai dijamah oleh klub-klub luar daerah untuk menjadikannya *home ground* dalam mengarungi musim kompetisi Liga Indonesia (Laily, 2016:77).

Pasoepati telah menjadi salah satu kelompok *supporter* terbesar di Indonesia dengan segala cerita dan pengalaman-pengalaman yang telah terjadi sebelumnya. Pasoepati dengan setia menemani perjalanan PERSIS Solo yang dulu sempat terpuruk dan tenggelam tanpa adanya dukungan penuh dari masyarakatnya. PERSIS Solo saat ini merupakan refleksibilitas dari Pelita Solo dan klub-klub sepakbola lainnya yang pernah menghiasi kota Surakarta dimasa lampau. PERSIS Solo saat ini sedang merasakan apa yang dulu juga dirasakan oleh Pelita dan Persijatim. Dimana loyalitas dan dukungan penuh semua tercurah kepadanya, *supporter* dan managemen sama-sama berusaha untuk memajukannya, serta menjadi identitas kota yang tentu akan membedakan kota Surakarta dengan kota lainnya (Laily, 2016:78-79).

Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial pada organisasi *supporter* sepakbola persatuan sepakbola Indonesia Solo atau yang disingkat PERSIS Solo. Kelompok *supporter* PERSIS Solo terkenal

dengan sebutan *pasoepati* singkatan dari pasukan supporter solo paling sejati. *Pasoepati* memiliki akun media sosial *sambernyawa.com*.

Sambernyawa.com merupakan media sosial yang menyajikan *update* berita mengenai sepakbola kota Solo, *Pasoepati*, *PERSIS Solo*, dan ragam berita sepakbola nasional secara keseluruhan. Setiap harinya *sambernyawa.com* meng-*update* berita-berita dalam artikel maupun foto dan video agar masyarakat kota Solo dan sekitarnya khususnya *Pasoepati* dapat mengikuti perkembangan informasi klub favorit mereka dengan mudah dan praktis. Selain aktif meng-*update* berbagai berita melalui website, *sambernyawa.com* juga memiliki akun *instagram*, *twitter* dan *facebook* yang terintegrasi dalam menyebarkan informasi atau berita baik pada saat pertandingan berlangsung maupun setelah atau diluar pertandingan. *Sambernyawa.com* dikelola oleh para pekerja muda yang membawahi bidang redaksi, jurnalis, fotografer, desain grafis dan tim kreatif yang senantiasa berinovasi mengikuti perkembangan informasi sepakbola. Mereka menjadi sumber pengetahuan terkini dalam pengelolaan dan pemanfaatan media sosial. Akun media sosial *sambernyawa.com* ini sangat membantu dan memudahkan masyarakat khususnya *Pasoepati* dalam memperoleh informasi tentang *PERSIS Solo* secara cepat dan akurat.

Dari beberapa media sosial yang dimanfaatkan oleh *sambernyawa.com* dalam menyebarkan informasi dan komunikasi, penulis hanya fokus terhadap akun media sosial *instagram* yang di gunakan *sambernyawa.com*. Karena dilihat dari respon dan *followersnya* akun *instagram* *sambernyawa.com* lebih banyak peminatnya dibandingkan akun *facebook* dan *twitter* *sambernyawa.com*.

Alasan peneliti mengambil penelitian dengan tema pemanfaatan media sosial *instagram* (24 – 28 september 2017) sebagai media komunikasi dan informasi bagi *supporter* PERSIS Solo, karena peneliti ingin mendeskripsikan tentang pemanfaatan media sosial bagi *supporter* PERSIS Solo, selain itu peneliti juga ingin mendeskripsikan postingan akun *instagram* *sambernyawa.com* pada tanggal 24 - 28 september 2017 saat pertandingan Persis Solo melawan PSS Sleman pada tanggal 24 september 2017 di stadion manahan Kota Solo. Pertandingan yang di anggap *big match* ini menarik *supporter* Persis Solo untuk datang langsung ke stadion manahan kota Solo, sedangkan *supporter* PSS Sleman sendiri dilarang hadir dikarenakan takut terjadinya bentrok antara pasoepati dan slemania. Pertandingan di menangkan oleh Persis Solo dengan score 1 - 0, uniknya kemenangan itu di ciptakan oleh mantan pemain PSS Sleman yaitu Tri Handoko dengan mencetak goal ke gawang PSS Sleman.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian adalah :

Bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* (24 – 28 September 2017) sebagai media komunikasi dan penyedia informasi bagi *supporter* PERSIS Solo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *instagram* (24 – 28 September 2017) sebagai media komunikasi dan penyedia informasi bagi *supporter* PERSIS Solo.

1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis tentunya berharap bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat bagi peneliti dan orang lain , serta dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Ada beberapa aspek manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan tentang penelitian komunikasi khususnya terkait dengan manfaat media sosial dan menjadi referensi bagi penelitian yang sejenis
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada kelompok supporter Psoepati dalam memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi seputar PERSIS Solo
3. Manfaat untuk Peneliti dan pembaca, Penelitian ini diharapkan agar pengguna media sosial dapat menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Serta mengembangkan wawasan pembaca akan media sosial.

1.5. Batasan

Pada penelitian ini, peneliti hanya terfokus hanya pada pemanfaatan media sosial akun *instagram* yang digunakan oleh *supporter* PERSIS Solo sebagai media komunikasi dan informasi, khususnya informasi tentang PERSIS Solo periode 24 – 28 September 2017 saat bertanding dengan PSS Sleman di Stadion Manahan kota Solo.

