

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal kehidupan setiap manusia tidaklah sendiri, manusia selalu membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Dalam perjalanan hidup, manusia dituntut untuk saling berinteraksi dengan sesama makhluk hidup terutama manusia, dengan cara berkomunikasi baik itu secara verbal maupun nonverbal.

Komunikasi verbal adalah komunikasi berupa kata-kata atau bahasa. Seiring perkembangannya, komunikasi verbal menjadi komunikasi yang sering dilakukan manusia. Namun demikian, tidak semua hal dapat dikomunikasikan dengan hanya menggunakan bahasa verbal. Di sinilah diperlukan komunikasi nonverbal yang merupakan komunikasi berupa lambang atau simbol.

Memahami pengertian komunikasi, kita dapat merujuk pada asal katanya. Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Kata *communis* menjadi istilah yang kerap digunakan sebagai asal usul kata komunikasi yang merupakan akar dari sejumlah kata latin lainnya yang semakna. Dalam hal ini, komunikasi menyarankan bahwa suatu pemikiran, makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005 : 4).

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa ide, informasi, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan menggunakan media-media tertentu.

Peran komunikasi sangat penting bagi manusia, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat persuasif, edukatif, dan informatif. Sebab tanpa komunikasi kita tidak akan ada proses kehidupan. Tidak akan ada proses saling bertukar ilmu, pengalaman, informasi, peradaban, kebudayaan dan lain sebagainya. Karena hubungan yang kita lakukan dengan orang lain ternyata akan mempengaruhi kita. Kita bergantung terhadap orang-orang lain karena mereka juga berusaha mempengaruhi kita melalui pengertian yang diberikannya, informasi yang dibagikannya, semangat yang disumbangkannya, dan masih banyak lagi pengaruh lainnya akan menimpa kita.

Terbentuk pengetahuan, menguatkan perasaan dan barangkali juga meneguhkan perilaku manusia. Tanpa disadari komunikasi menjadi suatu landasan diri yang penting dalam pergaulan manusia, tanpa komunikasi masyarakat tidak akan bisa terbentuk dan juga komunikasi merupakan cerminan atas diri yang dapat dilihat secara kasat mata.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu saja halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar. Komunikasi merupakan alat guna menciptakan kerjasama dalam suatu organisasi, dengan komunikasi akan memungkinkan setiap anggota untuk saling membantu, saling mengadakan interaksi, saling berkoordinasi dan saling mempengaruhi sehingga organisasi tersebut tetap hidup.

Alasan mengapa timbul komunikasi yang tidak baik, tidak efektif adalah karena kita menganggap proses komunikasi sederhana. Padahal sebenarnya

kumunikasiitu cukup rumit. Karena terjadi setiap saat, komunikasi itu dipandang hanya merupakan hal yang biasa tanpa memperhatikan hasilnya, namun sebenarnya betapa seringnya terjadi kesalahpahaman, menimbulkan masalah, kekecewaan, meregangkan hubungan dan sebagainya. Disinilah kegiatan *Public Relations* dibutuhkan. Semakin jelas bahwa bagi seorang *Public Relations* perlu mempunyai kemampuan lebih dalam berkomunikasi. Karena apabila komunikasi itu dilaksanakan secara efektif dan produktif artinya akan membentuk *Public Relations* yang semakin matang dan dewasa. Kegiatan *Public Relations* juga sering digunakan dalam berbagai penelitian, terutama digunakan untuk mendapatkan data yang akurat serta valid dari informan. Salah satunya kegiatan penelitian *Public Relations* dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Fenomenologi (fenomena) adalah salah satu metode pencarian data dalam metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merupakan sebuah aliran filsafat yang menilai manusia sebagai sebuah fenomena. Fenomenologi berasal dari Bahasa Yunani, *phainomai* yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk ‘pada yang menampak’. Fenomenologi mempelajari tentang arti kehidupan beberapa individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Fokus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitiannya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep-konsep

penting, dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif karena pemahaman kita terbentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya. Jadi, fenomenologi adalah ilmu yang mengenai fenomenologi yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari tentang fenomena yang nampak didepan mata dan bagaimana penampakkannya..

Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini mengenai sepak bola, sepak bola merupakan salah satu olahraga yang digemari seluruh dunia termasuk di Indonesia. Perkembangan sepak bola di Indonesia berkembang dengan pesat, terutama dengan populernya olahraga ini disetiap daerah di Tanah Air. Hampir setiap wilayah di Indonesia memiliki tim atau klub sepak bola baik yang profesional maupun tidak.

Berbicara mengenai sepak bola berarti berbicara mengenai banyak orang yang terlibat di dalamnya, termasuk *supporter* sepakbola itu sendiri. Sepak bola tanpa penonton layaknya masakan tanpa garam, hambar tak berasa. Begitulah sebuah ungkapan betapa pentingnya peran *supporter* di dalam suatu pertandingan, oleh karena itu jangan heran mengapa mereka seering disebut pemain ke-12 di sebuah tim. *Supporter* tidak bisa dilepaskan dari sepak bola, dari kompetisi kecil sampai pada kompetisi tingkat dunia dan dari level klub sampai dengan tim nasional peran *supporter* selalu diharapkan dapat membuat pertandingan semakin

meriah. *Supporter* sendiri merupakan bentuk eksistensi dari masyarakat, yang mempunyai sebuah bentuk kebanggaan serta kecintaan terhadap tim sepak bola.

Tim sepak bola memiliki kelompok *supporter* masing-masing, misalnya Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (Persib) yang berasal dari Jawa Barat, khususnya wilayah Bandung, mempunyai *supporter* yang biasa disebut Bobotoh. Bobotoh menurut Kamus Umum Bahasa Sunda yang diterbitkan Lembaga Basa jeung Sastra Sunda yaitu, purah ngagedean hate atawa ngahudang sumanget ka nu rek atawa keur ngadu jajaten (yang berperan membesarkan hati atau membangun semangat bagi mereka yang akan atau sedang berlomba). Selain itu ada juga arti dari Bobotoh itu sendiri dalam kamus bahasa sunda ialah sekelompok orang yang mendukung (Pendukung). Arti ini sesuai dengan pemahaman Bobotoh sebagai pendukung tim Maung Bandung.

Berbagai komunitas didirikan sebagai ajang perkumpulan para Bobotoh, sebut saja Viking, Flower City Casual, dan Bomber. Tujuan dari terbentuknya Bobotoh ini hanya satu, yaitu mendukung tim kesayangan mereka. Untuk menunjukkan loyalitas terhadap tim yang didukungnya berbagai hal mereka dilakukan, dari membeli atribut-atribut yang berhubungan dengan timnya sampai menonton kemanapun timnya berlaga. Mereka selalu berusaha mendukung dan menjaga kehormatan timnya dengan berbagai cara. Setiap Persib menjadi tuan rumah, bahkan hanya laga uji coba, stadion selalu membludak. Tidak hanya menjadi tuan rumah saja, jika Persib bertanding tandang, para bobotoh pun mengunjungi stadion dimana Persib bertanding dengan lawannya, tidak mengenal

jarak dan waktu loyalitas bobotoh terhadap tim kebanggaan nya tersebut telah menjadi budaya, khususnya kota Bandung.

Loyalitas yang ditunjukkan bobotoh untuk tim kesayangannya (Persib Bandung) itu tidak hanya saat bertanding di stadion saja, jika tidak menonton langsung di stadion dimana Persib Bandung berlaga, para bobotoh mengadakan nonton bareng yang diadakan di berbagai daerah. Terlihat bahwa para bobotoh menunjukkan loyalitas dan kecintaannya terhadap Persib Bandung.

Loyalitas itu sendiri diartikan sebagai pengabdian dan kecintaannya dalam mendukung Persib Bandung saat berlaga. Meskipun bobotoh itu sendiri berasal dari berbagai daerah, tetapi mereka tetap solid menjaga nama baik bobotoh khususnya Persib Bandung dengan tidak melakukan hal-hal yang dapat merugikan bobotoh serta tim kesayangannya tersebut.

Arti bobotoh bagi mereka dapat diibaratkan sebagai pejuang dari Tanah Pasundan yang gagah berani dan berjuang sampai mati demi harga dirinya. Bobotoh tak pernah letih, lelah dan selalu ada mendukung Persib ketika bertanding dimanapun, karena bagi mereka Persib jiwa raga yang menyatu dan tidak bisa pisahkan oleh waktu. Hal ini yang menjadikan Bobotoh selalu bersemangat dan selalu memadati setiap sudut stadion dimana Persib bertanding.

Para bobotoh pun kini mulai mengembangkan sayapnya dalam berbagai bentuk aktualisasi diri, mulai peningkatan pengkoordiniran masa dengan dibentuknya “distrik” di berbagai wilayah, penjualan *merchandise*, pembuatan album kompilasi Persib, hingga *tour organizer* yang menyelenggarakan pemberangkatan para Bobotoh ketika hendak menonton pertandingan Persib.

Fenomena ini menjadi tambahan kekuatan bagi Persib sebagai organisasi sepak bola, dengan memiliki pendukung yang loyal dan fanatik. Fenomena adalah fakta yang didasari dan masuk ke dalam pemahaman manusia (Kuswarno, 2009:1). Fenomena merupakan sebuah realitas yang terjadi di tengah masyarakat, realitas tersebut merupakan sesuatu hal yang tadinya tidak ada.

Alasan peneliti mengenai fenomena loyalitas Bobotoh di Bandung karena keberadaan Bobotoh sngat mencolok dan sudan menjadi ikon Kota Bandung dengan ciri khas warna birunya dan kekompakkan dalam mendukung Persib di kompetisi sepak bola nasional.

Berdasarkan latar belakang yang peneliti kemukakan diatas, peneliti berusaha mengangkat fenomena ini dengan mengambil judul **“FENOMENOLOGI LOYALITAS BOBOTOH PERSIB BANDUNG DALAM MERAYAKAN KEJUARAAN LSI 2104”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi pokok masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemaknaan loyalitas bobotoh dalam merayakan kemenangan Persib Bandung
2. Bagaimana motif masa lalu loyalitas bobotoh
3. Bagaimana motif masa depan loyalitas bobotoh

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mendeskripsikan fenomena loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib Bandung. Tujuan penelitian ini menunjukkan apa yang akan dicapai dari penelitian, yang pada akhirnya tujuan akan digunakan sebagai rujukan untuk merumuskan hasil dan kesimpulan peneliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemaknaan loyalitas bobotoh saat merayakan kemenangan Persib Bandung
2. Untuk mengetahui motif masa lalu loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib Bandung
3. Untuk mengetahui motif masa depan loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yang terbagi atas kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang dapat diperoleh. Diantaranya sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat bagi penggunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, sehingga dalam bidang ilmu komunikasi pendekatan yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat kegunaannya. Bagi penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya dapat dijadikan sebagai studi perbandingan dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai fenomenologi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu komunikasi, khususnya tentang fenomena loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib Bandung.

b. Kegunaan Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Pasundan kedepannya dalam mengetahui loyalitas bobotoh dalam mendukung Persib Bandung.

c. Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dan dapat membedakan antara fanatisme bobotoh dengan loyalitas bobotoh dalam mendukung Persib Bandung.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari sesuatu yang sedang diteliti. **Husserl** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomonologi**, memandang bahwa:

Fenomenologi mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalami secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomonologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. (Kuswarno, 2009:10)

Pendapat tersebut cukup memberikan gambaran bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dan memahami loyalitas yang dirasakan oleh bobotoh Persib bisa kita rasakan juga, atau seolah-olah mengalaminya juga.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka “intersubjektif”.

Para perilaku tindakan sosial oleh **Schutz** dinamakan sebagai “aktor” memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya. Namun **Schutz** berpendapat, makna subjektif tersebut bukan ada di dunia privat, personal atau individual. Hal ini di perjelas oleh **Schutz** yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, adalah sebagai berikut:

Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan (common and share) diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. (2013:110)

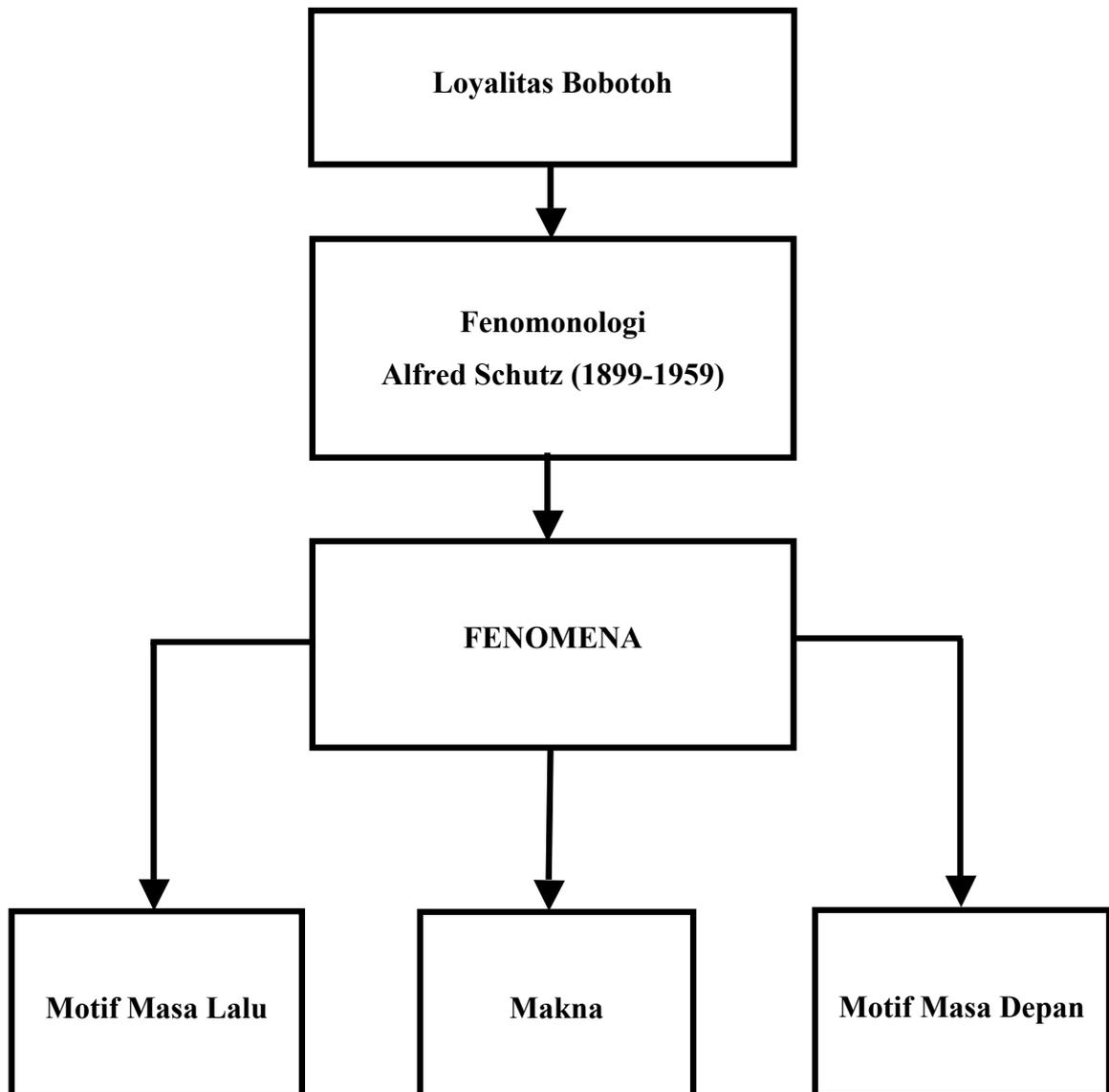
Dikaitkan dengan fenomena loyalitas bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib, para bobotoh merupakan aktor yang mengkonstruksi kehidupan mereka sendiri dalam tindakan loyal pada Persib dan apa yang mereka lakukan memiliki makna subjektif yang kemudian mereka berinteraksi dengan sesama bobotoh karena kesamaan atau kebersamaan sehingga maknanya bersifat subjektif.

Setiap tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki motif tertentu yang melatar belakangi seseorang melakukan tindakan tersebut. Motif dapat menggambarkan keseluruhan tindakan yang dilakukan seseorang. Menurut **Schutz** ada dua fase untuk menggambarkan tindakan seseorang. Berikut yang dijelaskan **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, adalah sebagai berikut:

Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in order to motive (um zu motive)*, yang merujuk pada masa yang akan datang : dan tindakan *because motive (weil motive)* yang merujuk pada masa lalu (2013:111)

Dalam konteks fenomenologi, loyalitas bobotoh adalah aktor yang melakukan tindakan, para aktor tersebut juga memiliki historis dan dapat di lihat dalam bentuk yang alami. Mengikuti pemikiran **Schutz**, loyalitas bobotoh sebagai aktor mungkin memiliki salah satu bahkan kedua motif, yaitu motif yang berorientasi pada masa depan (*in order to motive*), dan motif yang berorientasi ke masa lalu (*because motive*)

Konteks fenomenologis dalam penelitian ini adalah loyalitas Bobotoh ketika merayakan kemenangan Persib, yang dimana pusat jalan kota Bandung dan sekitarnya ramai dan padat oleh Bobotoh. Kondisi pada saat itu meriah oleh para Bobotoh yang merayakan kemenangan Persib, mereka datang datang dari berbagai daerah dengan menggunakan berbagai kendaraan pribadi maupun kendaraan umum seperti mobil, motor, angkutan kota, bus, mini bus, truk, bahkan ada yang menggunakan sepeda dan berjalan kaki. Loyalitas tersebut tetap dijaga dan dipelihara oleh para Bobotoh.

Gambar 1.1**Bagan Kerangka Pemikiran**

Sumber : Alfred Schutz dalam buku Fenomenologi (1899-1959) dan modifikasi peneliti