

BAB III

DATA DAN ANALISA

3.1 Data

Sepak bola merupakan salah satu olah raga yang paling di gemari di Indonesia. Olah raga ini telah menjadi tontonan yang sangat diminati oleh khalayak. Sebuah tontonan olah raga yang memiliki unsur-unsur menarik didalamnya. Mulai dari jalannya pertandingan, drama yang terjadi di lapangan, rivalitas antar tim serta *passion* dari para penonton yang mendukung tim kebanggannya tersaji dalam sebuah pertandingan sepak bola.

Hal tersebut bukan berarti tanpa kekurangan, tercatat masih banyak kekurangan yang terjadi di stadion, salah satunya tindakan Bobotoh yang tidak merugikan. Tercatat Bobotoh telah menyebabkan kerugian material pada beberapa pertandingan *Home* dengan angka yang mencapai hampir 200 juta rupiah. Kapasitas dari stadion Gelora Bandung Lautan Bandung yang terbilang menjadi *Home Base* Persib, adalah 40.000 *seat*, tetapi yang panitia pelaksana gunakan hanya 34.000 *seat*. Setiap pertandingan berlangsung, menurut General Coordinator Panitia Pelaksana Pertandingan Persib, Budi Bram Rahman, Bobotoh yang hadir di setiap pertandingan Persib kurang lebih 40.000 sampai 45.000 orang.

Banyaknya Bobotoh yang hadir di stadion terbilang melebihi kapasitas stadion yang ada, hampir lebih dari 6.000 orang yang tidak masuk ke stadion saat pertandingan berlangsung. Menurut *Match Commisioner* Persib, Abu

bakar, disinyalir banyak Bobotoh yang datang tetapi tidak memiliki tiket, yang akhirnya terjadilah penumpukan massa di area stadion.

Penumpukan massa di stadion disinyalir menjadi pemicu terjadinya keriuhan di area luar stadion, yang akhirnya banyak massa yang memaksa masuk ke area stadion meskipun tidak memiliki tiket. Untuk area dalam stadion pun tidak terlepas dari tindakan-tindakan negatif, salah satunya yang kerap terjadi adalah nyanyian provokatif dari penonton, penyalaan cerawat, pelemparan-pelemparan ke dalam lapangan, dan kerap terjadi kerusakan fasilitas stadion, seperti kursi tribun, gerbang pembatas dll.

Berdasarkan regulasi yang dirilis oleh PT Liga Indonesia Baru 2018, yang dimuat dalam pasal (51) mengenai Hal-hal yang Mengganggu Jalannya Pertandingan, ada beberapa tindakan yang dilarang dilakukan di stadion, antara lain:

- 1) Tidak diperbolehkan menyalakan cerawat (*flare*), ataupun kembang api di area stadion. Menurut kode etik disiplin, apabila regulasi tersebut dilarang, pihak penyelenggara akan dikenakan denda sebesar Rp 50.000.000, untuk setiap satu kali penyalaan.
- 2) Dilarang melakukan pelemparan-pelemparan ke dalam area stadion. Menurut kode etik disiplin, apabila regulasi tersebut dilanggar, pihak penyelenggara pertandingan akan dikenai sanksi sebesar Rp 50.000.000, untuk 1 sampai 10 kali pelemparan, berlaku kelipatan.
- 3) Dilarang melakukan tindakan rasial, provokatif dan hal-hal yang mengandung unsur politis, apabila hal tersebut dilanggar, pihak penyelenggara pertandingan akan dikenakan denda sebesar Rp 20.000.000 untuk setiap objek yang muncul, dan tergantung kepada dampak dan akibat yang terjadi (indikasi hukuman lebih berat).

3.2 Analisa

Dari hasil analisa dan observasi terhadap *target audience*, pada perancangan kampanye tentang etika menyaksikan sepak bola di stadion, menghasilkan analisa sebagai berikut:

3.2.1 Target Audience

Demografis : Bandung

- Jenis kelamin : Pria
- Usia : 18 – 45 tahun
- SES : Semua Kalangan

Geografis : Kota Bandung, Jawa Barat

Psikografis : Target merupakan masyarakat yang menggemari sepak bola, reaktif, dan memiliki sikap yang militan.

3.2.2. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengetahui lebih jelas tentang kelebihan dan kekurangan dari kampanye tentang Etika Menyaksikan Pertandingan Sepak Bola di Stadion. Analisis yang dilakukan yaitu :

1) *Strength*

Bobotoh termasuk pendukung yang sangat reaktif terhadap kebijakan yang dibuat oleh manajemen, baik reaksi yang positif ataupun negatif. Artinya apabila bisa menyampaikan pesan dengan baik, reaksi dari Bobotoh pun cenderung positif.

2) *Weakness*

Sikap militan dan emosional dari Bobotoh bisa menjadi kerugian ketika ada provokasi-provokasi dari pihak rival.

3) *Opportunity*

Jumlah Bobotoh yang sangat banyak dan reaktif, memungkinkan aktivitas penyebaran pesan dapat terjadi dengan cepat.

4) *Threat*

Provokasi dari pihak rival masih sering terjadi.

3.2.3 *Consumer Journey*

Guna mendapatkan data melalui *Consumer Journey*, telah dilakukan wawancara terhadap target audience. Berikut adalah hasil dari *Consumer Journey* yang didapat :

Target Audiens 1

Nama : Agung Supriatna
 Usia : 23 Tahun
 Pekerjaan : Barista
 Alamat : Marga Asih, Kab. Bandung

Tabel 3.1 Tabel Target Audiens 1

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
05.00 – 05.30	• Bangun Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Lampu, Jam, Smartphone
	• Salat	kamar	
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Handuk
05.30 – 06.30	• Smartphone, musik	Kamar	Laptop, meja, kasur, lampu, <i>curtain</i> , Smartphone
	• Sarapan	Ruang tamu	TV, meja makan, sofa, piring, gelas
06.30 – 09.30	• Berangkat kerja	Jalan, Coffee Shop	Jalan raya, Billboard, trotoar, Perempatan, Mall,
09.30 – 10.00	• Kerja	Coffee SHop	HP, Toko, Mall, Lift, Escalator, Youtube
	• Main HP	Coffee Shop	
10.00 – 11.30	• Kerja	Coffee Shop	Spotify, Smartphone, Mall
11.30 – 12.30	• Istirahat Makan Siang	Tempat kerja	Mushola, HP, Lift, Escalator, Basement
	• Main HP		
	• Salat	Mushola	Sejadah, sarung, peci
12.30 – 17.00	• Kerja	Tempat kerja	Smartphone, Spotify, Youtube, Afron, TV
17.00 – 20.00	• Nongkrong	Rumah teman	Motor, Jalan raya, Billboard, Minimarket, Gang
20.00 – 22.30	• Pulang	Jalan	Motor, Jalan raya, Baligo, Billboard, Trotoar
	• Makan, Main HP	Kamar	Smartphone, Sosial media, Piring, gelas, kasur, selimut
22.30 – 04.30	• Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Guling, selimut, Smartphone

(Sumber : Dok Pribadi)

Target Audiens 2

Nama : Pandu Satiagraha

Usia : 29 Tahun

Pekerjaan : Pegawai Swasta

Alamat : Cilengkrang, Bandung Timur

Tabel 3.2 Tabel Target Audiens 2

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
05.00 – 05.30	• Bangun Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Lampu, Jam, Smartphone
	• Salat	kamar	
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Handuk
05.30 – 06.30	• Nonton TV, Minum Kopi	Ruang Tamu	TV, meja, cangkir, Smartphone
	• Sarapan	Teras	Teras, halaman, pagar, tanaman
06.30 – 09.30	• Berangkat kerja	Jalan	Jalan raya, Billboard, trotoar, Perempatan, Mall, Terminal
09.30 – 10.00	• Kerja	Kantor	HP, Toko, Mall, Youtube, Laptop
	• Main HP	Kantor	
10.00 – 11.30	• Kerja	Kantor	Laptop, meja, alat tulis, jam
11.30 – 12.30	• Istirahat Makan Siang	Tempat kerja	Mushola, HP, Pantry
	• Main HP		
	• Salat	Mushola	Sejadah, sarung
12.30 – 17.00	• Kerja	Tempat kerja	Smartphone, Spotify, Laptop, Meja, Jam
17.00 – 18.00	• Pulang ke rumah	Jalan	Motor, mobil, jalan raya, zebra cross, terminal
18.00 – 21.00	• Salat	Kamar	Sejadah, sarung, karpet, peci
	• Makan, Main HP, Nonton TV	Ruang tamu	Smartphone, Sosial media, Piring, gelas, kasur, selimut, TV,
21.00– 04.30	• Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Guling, selimut, Smartphone

(Sumber : Dok Pribadi)

Target Audiens 3

Nama : Irfan Fadhil
 Usia : 23 Tahun
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Cibiru, Bandung Timur

Tabel 3.3 Tabel Target Audiens 3

WAKTU	KEGIATAN	TOUCH POINT	POINT OF CONTACT
05.00 – 05.30	• Bangun Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Lampu, Jam, Smartphone
	• Salat	kamar	
	• Mandi	Kamar mandi	Sikat gigi, Tempat sabun, Handuk, Musik, Sabun
05.30 – 06.30	• Main HP	Ruang Tamu	Smartphone, sosial media, sofa
	• Sarapan	Ruang makan	Meja, piring, gelas, Smartphone
06.30 – 09.30	• Berangkat kuliah	Jalan	Jalan raya, Billboard, trotoar, Perempatan, Mall, Terminal, Motor, Kampus
09.30 – 10.00	• Kuliah	Kampus	HP, Kampus, Kelas, Jendela, Laptop, Meja
	• Main HP	Kampus	
10.00 – 11.30	• Kerja	Kelas	Laptop, meja, alat tulis, Smartphone
11.30 – 12.30	• Istirahat Makan Siang	Kantin	Kantin, meja, kursi, tanaman, halaman, tempat sampah
	• Main HP		
	• Salat	Mushola	Sejadah, sarung, peci, Mushola
12.30 – 17.00	• Kuliah, Nongktong	Kampus	Kelas, meja, kursi, jendela, kantin, smartphone
17.00 – 18.00	• Pulang ke rumah	Jalan	Motor, mobil, jalan raya, zebra cross, terminal, perempatan, Billboard
18.00 – 21.00	• Salat	Kamar	Sejadah, sarung, karpet, peci
	• Makan, Main HP,	Kamar	Smartphone, Sosial media, Youtube, PUBG Piring, gelas, kasur, selimut,

			TV,
21.00– 04.30	• Tidur	Kamar	Tempat tidur, Bantal, Guling, selimut, Smartphone.

(Sumber : Dok Pribadi)

Kesimpulan Consumer Journey

Berdasarkan hasil dari *sample* target yang telah di teliti diatas dapat ditentukan media apa saja yang akan digunakan untuk proses kampanye nanti. Selain itu hasil dari *consumer journey* ini membantu peneliti untuk menentukan media utama dan media pendukung dari kampanye tentang Etika Menyaksikan Pertandingan Sepak Bola di Stadion. Analisa medianya sebagai berikut:

Tablel 3.4 Tabel Penggunaan Media Utama

MEDIA UTAMA		
No.	Media	Lokasi
1.	Audio Visual	Media ini akan ditayangkan pada sebuah event (Nobar/Ketika Pertandingan akan berlangsung), tayang sebelum pertandingan akan dimulai
2.	<i>Out Of Home Media (Billboard)</i>	Di tempatkan di titik ruas jalan sekitar stadion GBLA

(Sumber : Dok Pribadi)

Tablel 3.5 Tabel Penggunaan Media Pendukung

MEDIA PENDUKUNG		
No.	Media	Lokasi
1.	<i>Flyer</i>	Di tempatkan di tempat pembelian tiket pertandingan.
2.	<i>LED Board</i> (di pinggir lapang pertandingan)	Tayang saat pertandingan berlangsung

3.	Media Sosial	Instagram, Twitter Facebook, dan Youtube
4.	<i>Poster</i>	Ditempatkan di area stadion serta jalan.
5.	<i>Event Media</i> (Nobar/Pertandingan di stadion)	Media ini akan dipakai ketika <i>event</i> kampanye berlangsung.
6.	<i>Merchandise</i>	Sebagai media pengingat dari kampanye yang telah dilakukan
7.	<i>Flag Banner</i>	Ditempatkan di area lokasi <i>Event</i> (Nobar), serta di area stadion

Sumber : Dok Pribadi)

3.2.3.1 Studi Indikator

Studi indikator didapatkan dari hasil analisa aktifitas dalam keseharian target audience dari bangun tidur hingga tidur kembali.

CONSUMER JOURNEY



Penjelasan

- Bangun pagi pegang hp, kemudian mandi, sarapan, merokok, memansakan kendaraan dan langsung berangkat
- Terjebak macet karang-karang dan melewati jalan-jalan Bandung
- menghabiskan waktu di tempat bersantai, pusat perbelanjaan dan tempat nongkrong
- Sesampai di rumah meluangkan waktu berkumpul dengan keluarga, atau teman, mandi, melihat acara TV, main HP dan tidur

Target

- Pria (18-45 tahun)
- Semua Kalangan
- Masyarakat Bandung

Target

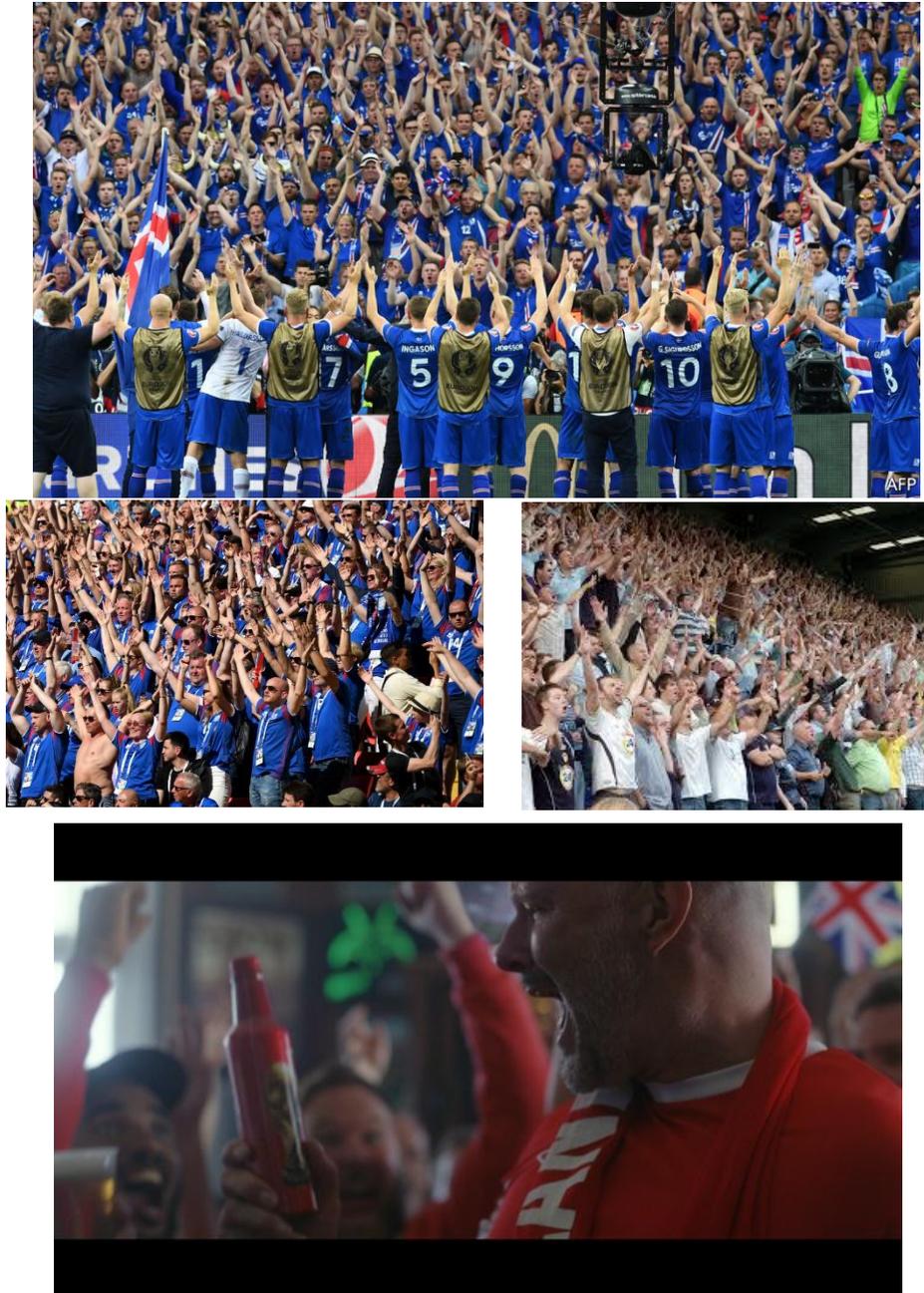
- bobotoh yang aktif di sosial media untuk memantau perkembangan Persib yang berdomisili di Bandung

Gambar 3.1 Studi Indikator

(Sumber : Dok Pribadi)

3.2.3.2 Referensi Visual

Referensi Visual didapatkan dari hasil analisa pada target audiens. Yang mana digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang akan digunakan sesuai dengan keinginan target.



*Gambar 3.2 Referensi Visual
(Sumber : AFP, Fifa.com)*

3.2.3.3 Referensi Desain

Referensi desain didapatkan dari hasil analisa pada target audiens. Yang mana digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang akan digunakan sesuai dengan keinginan target.



a. Nike (2018)



b. Adidas (2014)



c. Wey Sabi (2015)

Gambar 3.3 Referensi Desain

(Sumber : (a) Nike (2018) (b) Adidas (2014) (c) Wey Sabi (2015))

3.2.2.4 Referensi Media

Referensi Media digunakan sebagai panduan untuk menentukan media yang dekat dengan target audiens, dalam melakukan aktifitas komunikasi perancangan promosi.



Gambar 3.4 Referensi Media

(Sumber : EFL, PSG)

3.2.2.5 Mood Board

Mood Bord didapatkan dari hasil analisa pada *target audience*, yang mana lebih mengacu terhadap visual yang sesuai dengan keinginan *target audience*.



Gambar 3.5 Mood Board

(Sumber : persib.co.id, Dok Pribadi)

3.3. *Consumer Insight*

Berdasarkan hasil dari analisa observasi, kuesioner, dan wawancara yang dilakukan, hasil yang disimpulkan bahwa Bobotoh yang menyaksikan Persib di stadion antara lain:

- 1) Tujuan mereka pergi ke stadion tidak sekedar menyaksikan pertandingan Persib aja, tetapi sebagai sarana hiburan layaknya pesta rakyat.
- 2) Punya atau tidak punya tiket, Bobotoh tetap berangkat ke stadion.
- 3) Pada awalnya sebagian Bobotoh yang datang ke stadion tidak memiliki niat untuk melakukan tindakan negatif, tetapi ketika orang-orang disekitarnya melakukan aksi yang tidak etis (provokasi, mengumpat, aksi pelemparan dll.), mereka cenderung mengikutinya karena terbawa suasana.

3.3.1. *Keyword*

Kata kunci : *Soméah, Nyetadion*

Soméah : Kata *soméah* diambil dari tatanan kata sunda yang artinya ramah. Digunakannya kata ini tidak terlepas dari tujuan kampanye ini yang ingin meramahkan (*soméah*) penonton di stadion.

Nyetadion : Kata ini merupakan kata yang sudah melekat di Bobotoh ketika mereka akan pergi ke stadion untuk menyaksikan Persib bertanding. Maknanya bahwa *nyetadion* adalah tidak sekedar menyaksikan pertandingan sepak bola, tetapi juga bercengkrama dengan sesama suporter Persib di stadion dan bersama sama mendukung Persib.

3.3.2. *What To Say*

Soméah Nyetadion. Maksud dari kata tersebut muncul dari tujuan kampanye ini, antara lain meramahkan penonton sepak bola di stadion. Kata *soméah* diambil dari tatanan kata sunda yang artinya ramah, sedangkan *nyetadion* adalah istilah yang digunakan oleh Bobotoh ketika mereka menyaksikan Persib di stadion. Jadi maksud dari pesan tersebut adalah guna meramahkan para penonton (Bobotoh) ketika menyaksikan pertandingan Persib di stadion. Intinya, Bobotoh dan Persib diibaratkan seperti hidup

bersama, dimana ketika hidup bersama-sama, kedua belah pihak harus bisa saling mengisi kekosongan satu sama lain. Persib berusaha memberikan tontonan yang menarik bagi Bobotoh yang diiringi prestasi, dan Bobotoh mendukung kesebelasan Persib dengan cara-cara yang baik.