

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial, dimana saling ada keterkaitan antara satu manusia dengan manusia lainnya, hubungan ini merupakan sebuah kebutuhan yang amat penting dan sangat mendasar dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan yang dimaksud antara satu manusia dengan manusia lainnya adalah sebuah proses yang dinamakan komunikasi. Salah satu tujuan seseorang melakukan komunikasi adalah untuk memperoleh informasi. Informasi yang diterima dari proses komunikasi akan menjadi sebuah pengetahuan yang baru dalam membentuk pola pikir seseorang. Selain itu informasi yang diterima akan menghasilkan pemikiran-pemikiran baru sebagai solusi atau jalan keluar suatu masalah-masalah yang ada di kehidupan yang modern saat ini.

Sebelum berkembangnya alat komunikasi secara modern, komunikasi pada jaman dahulu menggunakan burung merpati. Merpati dipilih sebagai alat komunikasi pengantar surat atau pesan jarak dekat dikarenakan burung ini termasuk hewan pintar, memiliki daya ingat kuat, kemampuan navigasi serta naluri yang alami untuk kembali pada sarangnya. Perkembangan komunikasi pengantar surat atau pesan berkembang menjadi sebuah alat yang disebut dengan telegram, dimana digunakan sebagai media penyampaian pesan jarak jauh. Dikarenakan pengguna telegraf yang

semakin banyak pada saat itu akhirnya ditemukan penemuan telepon dan telegram. Bahkan sampai kepada penemuan internet yang terintegrasi pada banyak perangkat seperti komputer dan gadget.

Pengguna situs media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat di seluruh belahan dunia, yakni salah satunya termasuk di Indonesia. Media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial (Sugiharto, 2016). Semakin maraknya penggunaan situs media sosial membuat orang-orang mudah untuk berbagi informasi satu sama lain, terlebih lagi dengan berkembangnya smartphone di kalangan masyarakat saat ini. Anasari (2015) mengatakan media sosial adalah sebuah web yang bertujuan agar pengguna media sosial tersebut dapat melakukan aktifitas seperti membuat profil pengguna, melihat daftar pengguna yang ada, selain itu juga dapat mengundang atau menerima teman untuk bergabung ke situs tersebut. Banyak sekali muncul berbagi media baru seperti internet yang saat ini sangat digemari oleh segala kalangan, dari usia anak-anak sampai orang yang sudah tua dalam bersosialisasi dan mencari hiburan.

Keberadaan internet sebagai media baru memiliki banyak kelebihan antara lain dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Penyebaran informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media social akan lebih cepat dibandingkan menggunakan media televisi. Dalam penyebaran informasi dapat menggunakan berbagai macam media social seperti instagram, facebook, twitter, dan masih banyak lagi. Perkembangan teknologi

komunikasi pada saat ini yang secara terus-menerus melahirkan sebuah kebiasaan baru khususnya di negara kita Indonesia. Dimana sebuah aplikasi interaktif dapat membantu kita berkomunikasi secara personal sekaligus massal lewat perangkat portabel yang kita miliki, Ardianto (2015) menjelaskan bahwa internet digunakan sebagai alat komunikasi dan mencari informasi sehari-hari oleh jutaan orang. Media sosial yang digunakan saat ini membuat para pengguna mudah dalam melakukan komunikasi dengan lainnya dengan berbagai bentuk yang bermacam-macam. Saat ini salah satu media sosial yang sedang mencuri perhatian dikalangan anak-anak, remaja, dan orang tua adalah Instagram.

Banyak sekali komunitas-komunitas yang terbentuk di media sosial Instagram, berdasarkan informasi dari Okebola (bola.okezone.com, Rabu 23 September 2020) ada beberapa klub sepakbola internasional yang paling populer di dunia dan klub sepakbola tersebut didukung komunitas-komunitas sepak bola di media sosial. Piala dunia pada tahun 2018 merupakan pertandingan yang terbesar dan paling bergengsi, yang dapat menarik perhatian 3,572 para pencinta sepak bola. Berkembangnya media sosial memudahkan para penggemar sepak bola, dengan cara mengakses siaran langsung tersebut. Klub sepak bola luar negeri, pasti memiliki supporter masing-masing di media sosial baik dari jenis suku, negara, dan usia. Berikut ini adalah data supporter sepak bola dengan nilai pengikut yang lebih dari 15 juta pengikut di dunia

Tabel 1.1.
Data Supporter Klub Sepak Bola

Nama Klub Sepak Bola	Media Sosial			Jumlah Pengikut
	Faceebok	Twitter	Instagram	
Real Madrid - Spanyol	111 Suka	56,8 Pengikut	91,4 Pengikut	259,2 Juta Pengikut
FC Barcelona - Spanyol	103,1 Suka	61,8 Pengikut	89,8 Pengikut	254,7 Juta Pengikut
Manchester United - Inggris	73,2 Suka	25,7 Pengikut	36,9 Pengikut	135,8 Juta Pengikut
Juventus - Italia	42,5 Suka	11,3 Pengikut	42,8 Pengikut	96,6 Juta Pengikut
Chelsea- Inggris	48,3 Suka	15,1 Pengikut	23,4 Pengikut	86,8 Juta Pengikut

Sumber : OKOZONE TV – OKEBOLA bola.okezone.com, (2020)

Dari data diatas terlihat bahwa ada berbagai komunitas supporter sepak bola dibelahan dunia ini, salah satunya adalah komunitas didirikan untuk mendukung klub sepakbola Chelsea-Inggris yang akan digunakan sebagai objek dari penelitian ini. Chelsea-Inggris termasuk dalam kelompok yang memiliki jumlah supporter bola paling sedikit dibanding dengan supporter bola lainnya. Namun di Indonesia Chelsea-Inggris memiliki jumlah supporter yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan supporter bola di Liga Inggris dengan jumlah 737.118 di Indonesia, yang akan dilampirkan pada tabel 2 dibawah ini

Tabel 1.2.
Data Supporter Sepak Bola di Indonesia

Tim	Akun	Pengikut
Tottenham Hotspur	@Spurs_ID	2,513
Manchester City	@MCFCINDONESIAN	35,413
Arsenal	@OfficialAFC_ID	78.734
Liverpool	@LFCIndonesia	125,195
Manchester United	@MenUtd_ID	321,267
Chelsea	@Chelseafc_indo	737,118

Sumber :indo.chelseafc.com (2015)

Saat ini Chelsea Indonesia Supporter Club memiliki 142 regional yang terbesar diseluruh Indonesia. Suporter sepak bola tersebut tidak hanya mendukung tim kesayangannya pada saat di lapangan tetapi juga diluar lapangan sehingga dengan rasa kecintaanya terhadap sepakbola tersebut terbentuklah komunitas suporter sepak bola. Terbentuknya komunitas Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) adalah sebagai wadah atau tempat saling tukar pikiran, menjalin silaturahmi antar suporter lain, solidaritas yang baik, diskusi sesama anggota CISC dan menjunjung nilai tinggi fanatisme.

Fanatisme dalam sepakbola ini merupakan suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu yang positif ataupun negatif, pandangan yang tidak memiliki pedoman teori dan pijakan kenyataan tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diubah. Dalam sepak bola, fanatisme sering lahir dari kecintaan akan klub dan identitas kelompok yang berlebihan. Kecintaan dan kesetiaan sering kali menimbulkan keyakinan bahwa klub yang didukung dan identitas kelompok adalah segalanya. Semua yang bertentangan dengan klub dan identitas kelompok adalah salah. Bahkan, sesuatu yang dianggap mengganggu harus disingkirkan.

Fanatisme yang terjadi di Indonesia memberikan dampak yang positif, contohnya saja yang terjadi di CISC Sibolga, yang merupakan kelompok suporter resmi Chelsea terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2003 dan memiliki lebih dari 10,000 member aktif yang tersebar di 150 regional. Fanatisme positif yang dilakukan oleh komunitas CISC Sibolga ini adalah, selain rasa kebersamaan sebagai fans Chelsea dengan mengadakan Nobar (Nonton Bareng), turnamen sepakbola atau futsal, hingga gathering sosial

lainnya. Mereka juga menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan menjadi contoh positif buat komunitas lain di wilayahnya. Salah contoh yang telah dilakukan oleh komunitas supporter Chelsea Indonesia Supporter Club dilakukan oleh CISC Sibolga adalah dengan keras mengkampanyekan program “1000 Reef Ball”, terbentuknya kampanye ini sejak Juli 2019 dikarenakan rasa keprihatinan komunitas pada tingkat tutupan terumbu karang di Sibolga yang sudah di bawah standar Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Hal itu terjadi karena masih ada saja nelayan di Sibolga yang menggunakan semprotan sianida dan bom untuk menangkap ikan (<https://www.chelseafc.com/in/news> : 04 Desember 2019).

Sedangkan fanatisme yang terjadi di Perancis pada 20 Februari 2015 yang dikutip dari redaksi aktual olahragaberpengaruh negatif pada komunitas CISC. Dimana seorang pria berkulit hitam, Souleymane S mendapatkan perlakuan tidak manusiawi dari warga ibukota Prancis pada Rabu (18/2) waktu setempat. Dia diolok-olok dan dilarang masuk ke dalam kereta oleh warga kota Paris menjelang pertandingan Liga Champions antara Paris Saint-Germain melawan Chelsea. Pria tersebut ditahan tidak boleh masuk ke dalam gerbong kereta. Sambil menahannya, para penumpang yang disebut dengan komunitas ‘The Blues’ itu juga bernyanyi dengan kalimat, “Kami rasis, kami rasis dan itu cara yang kita suka”.

Sehinggadari penjelasan diatas peneliti menyusun penelitian tentang”*Penggunaan Media Sosial Instagram Guna Mempererat Solidaritas Komunitas (Studi Deskriptif Pada Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) Jakarta Timur)*”.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka fokus penelitian yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah solidaritas komunitas Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) Jakarta Timur.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana instagram dapat digunakan sebagai media untuk mempererat solidaritas komunitas Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) Jakarta Timur ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui instagram digunakan sebagai media untuk mempererat solidaritas komunitas Chelsea Indonesia Supporter Club (CISC) Jakarta Timur

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Praktis

Harapan dari penelitian ini adalah bisa dijadikan bahan evaluasi kepada media dalam membuat berita dan referensi terhadap pihak-pihak yang tertarik dalam riset komunikasi menggunakan media sosial instagram dalam pembentukan citra individu ataupun kelompok.

1.5.2. Kegunaan Teoritis

Peneliti diharapkan dapat membantu dalam menerapkan ilmu komunikasi yang diterima peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi serta menambah cakrawala pengetahuan dan wawasan peneliti terhadap pembentukan citra pada setiap individu ataupun kelompok melalui media sosial instagram.