

**POLA KOMUNIKASI KELOMPOK SUPPORTER BRIGATA CURVA  
SUD DALAM MEMBANGUN LOYALITAS ANGGOTA MELALUI  
MEDIA SOSIAL TWITTER**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**WINANDA AKBAR MEGANTORO**

**NIM. 153110061**

Diajukan  
Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA**

**2017**

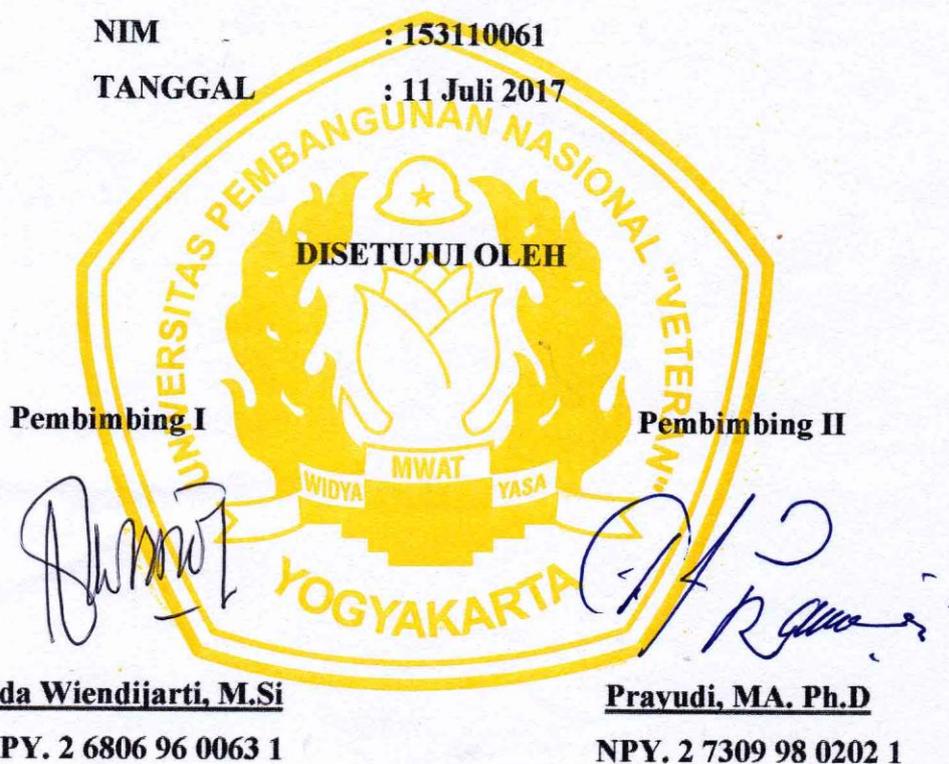
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**POLA KOMUNIKASI KELOMPOK SUPPORTER BRIGATA CURVA  
SUD DALAM MEMBANGUN LOYALITAS ANGGOTA MELALUI  
MEDIA SOSIAL TWITTER**

**NAMA : WINANDA AKBAR MEGANTORO**

**NIM : 153110061**

**TANGGAL : 11 Juli 2017**



**Pembimbing I**  
**Ida Wiendijarti, M.Si**  
**NPY. 2 6806 96 0063 1**

**Pembimbing II**  
**Prayudi, MA. Ph.D**  
**NPY. 2 7309 98 0202 1**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan skripsi dengan judul: **“Pola Komunikasi Kelompok Supporter Brigata Curva Sud Dalam Membangun Loyalitas Anggota Melalui Media Sosial Twitter”** merupakan sebuah karya tulis yang saya susun sendiri dan tidak ada dalam karya tulis sebelumnya kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Yogyakarta, 11 Juli 2017



Winanda Akbar Megantoro

## HALAMAN MOTTO

**Memulai hal yang baru dan meninggalkan dikit  
demi sedikit masa lalu untuk mencapai sesuatu  
yang lebih baik.**

Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang,  
kau harus tetap bergerak.

*(Albert Einstein)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk

-Kedua orangtua yang telah membesarkan dan membimbing dalam setiap langkah saya.

-Kakak saya yang selalu memberikan semangat dan nasihat kepada saya.

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah di uji dan dinyatakan lulus dihadapan tim penguji skripsi pada:

Hari, tanggal : 28 Juli 2017  
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI KELOMPOK SUPPORTER  
BRIGATA CURVA SUD DALAM MEMBANGUN  
LOYALITAS ANGGOTA MELALUI MEDIA SOSIAL  
TWITER  
Penyusun : Winanda Akbar Megantoro  
NIM : 15110061  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Dosen Penguji/Pembimbing

Tanda Tangan

Ida Wiendijarti, M.Si  
NIP. 2 6806 96 0063 1  
Pembimbing I

Prayudi, MA. Ph.D  
NIP. 2 7309 98 0202 1  
Pembimbing II

M. Edy Susilo, M.Si  
NIP. 1970 0930 2005 011 001  
Penguji I

Panji Dwi Ashriyanto, S.Sos, M.i. Kom  
NIP. 2 8501 14 0436 1  
Penguji II



*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*

## **ABSTRAK**

PSS Sleman merupakan tim yang berbasis di kabupaten Sleman yang berdiri pada 20 Mei 1976, didalamnya terdapat kelompok supporter yaitu Brigata Curva Sud yang dikenal fanatik dan selalu menjaga loyalitasnya terhadap tim PSS Sleman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi kelompok supporter Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas anggota melalui media sosial twitter. Dalam penelitian ini menggunakan teori media baru dan konsep pola komunikasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dalam kelompok supporter Brigata Curva Sud, ditemukan pola komunikasi koordinator dengan koordinator, koordinator dengan anggota, anggota dengan anggota, komunikasi menyeluruh anggota BCS. Loyalitas kelompok supporter Brigata Curva Sud ditunjukkan dengan mendukung disaat tim PSS Sleman berlaga, aktif dalam kegiatan BCS, dan membeli merchandise asli.

Kata Kunci : Pola komunikasi, Brigata Curva Sud, Loyalitas.

## **ABSTRACT**

*PSS Sleman is a team based in Sleman district which was established on May 20, 1976, in which there is a supporter group that is known Brigata Curva Sud fanatical and always maintain loyalty to PSS Sleman team. This study aims to determine the communication patterns of supporters group Brigata Curva Sud in building members' loyalty through social media twitter. In this research using new media theory and concept of communication pattern. The research method used in this research is descriptive qualitative research. Data collection techniques in this study are observation, in-depth interviews, documentation. While the data analysis technique is data reduction, data presentation, conclusion and verification. The results showed that communication in the group of supporters Brigata Curva Sud, coordinator communication pattern was found with coordinator, coordinator with members, members with members, the overall communication of BCS members. The loyalty of the supporters group Brigata Curva Sud was shown with support when PSS Sleman team competed, active in BCS activities, and bought original merchandises.*

**Keywords:** *communication patterns, Brigata Curva Sud, loyalty*

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat dengan baik menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pola Komunikasi Kelompok Supporter Brigata Curva Sud Dalam Membangun Loyalitas Anggota Melalui Media Sosial Twitter.** Dan tidak lupa untaian shalawat berserta salam diucapkan kepada baginda Rasullullah SAW, suri tauladan sepanjang masa.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.

Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya selama proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir, terutama kepada :

1. Ibu Ida Wiendijarti, M.SI selaku dosen Pembimbing I, terimakasih banyak atas ilmu, waktu, kesabaran, saran, pembinaan, koreksi, perhatian serta kepercayaannya dari awal penyusunan judul penelitian hingga dalam proses penyelesaian skripsi dengan baik.

2. Bapak Prayudi, MA, Ph. D selaku dosen pembimbing II, terimakasih banyak atas ilmu, waktu, arahan, pembinaan, saran, dan koreksinya, yang terus diberikan pada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Pimpinan beserta seluruh keluarga dosen dan staf pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang telah membimbing, mengajarkan, dan membagi ilmu dengan penuh kesabaran.
4. Untuk Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa restu serta kasih sayang.
5. Untuk kakak saya Sunuwiratsongko, Vani, Rani terima kasih atas nasehat dan dukungannya selama ini.
6. Terimakasih kepada kelompok supporter Brigata Curva Sud atas waktu dan kesediannya untuk membantu menyelesaikan penelitian ini dan Komunitas Garis Keras PSS Sleman yang menemani dan ikut membantu mendapatkan informasi dalam penelitian ini.
7. Terimakasih untuk Bapak Jaguar Tominangi yang selalu mendidik, mengarahkan, dan memberikan nasihat kepada saya dilingkup supporter.
8. Untuk sahabat seperjuangan Fuad, Andre, Lucky, Ridho yang selalu memberikan motivasi untuk terus berjuang.
9. Teman-teman FISIP khususnya konsentrasi Broadcasting 2011

10. Semua pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini dan tidak bisa disebutkan satu persatu.
11. Seluruh staf FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi isi maupun teknik penulisan. Untuk itu saran dan kritikan sangat diharapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua dan khususnya bagi penulis sendiri, Amin.

Yogyakarta, 11 Juli 2017

Winanda Akbar Megantoro

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan penelitian .....	5
1.4. Manfaat penelitian .....	5
1.5. Kerangka Teori.....	5
1.6. Kerangka	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Pola Komunikasi.....	9

2.1.1. Pengertian Pola Komunikasi .....	9
2.1.2. Pola Komunikasi dalam Organisasi .....	12
2.2. Loyalitas Anggota.....	22
2.3. Media Sosial.....	23
2.3.1. Definisi Media Sosial.....	23
2.3.2. Fungsi Media Sosial.....	26
2.3.3. Karakteristik Media Sosial.....	26
2.4. Media Sosial Twitter.....	27
2.5. Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Sumber Data.....	35
3.3.1. Data Primer .....	35
3.3.2. Data Sekunder .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1. Observasi.....	37
3.4.2. Wawancara.....	38
3.4.3. Dokumentasi .....	39
3.4.4. Studi Kepustakaan.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1. Reduksi Data .....	40

3.5.2.Sajian Data .....	41
3.5.3.Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	41
3.6 Validitas Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1 Hasil Penelitian .....	43
4.1.1 Profil Brigata Curva Sud .....	43
4.1.2 Profil PSS Sleman .....	48
4.1.3 Pola Komunikasi Supporter Brigata Curva Sud (BCS) Melalui Media Sosial <i>Twitter</i> .....	49
4.1.3.1. Komunikasi antar Koordinator Komunitas dan Koordinator twitter BCS .....	51
4.1.3.2. Komunikasi koordinator twitter dengan anggota melalui twitter BCS.....	55
4.1.3.3. Komunikasi antar anggota BCS melalui twitter .....	64
4.1.3.4. Komunikasi Menyeluruh Supporter Brigata Curva Sud Melalui Media Sosial Twitter .....	66
4.1.4.Bentuk Loyalitas Supporter Brigata Curva Sud pada Klub PSS Sleman.....	67
4.2 Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Simpulan .....	78

5.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Supporter PSS Sleman.....	2
Gambar 1.2.	Logo Twitter .....	3
Gambar 2.1.	Pola Komunikasi.....	16
Gambar 4.1	Foto Profil Akun Twitter BCS.....	50
Gambar 4.2	Undangan Forum BCS.....	53
Gambar 4.3	Pola Komunikasi Forum Koordinator .....	55
Gambar 4.4	Informasi Hasil Forum Koordinator .....	57
Gambar 4.5	Percakapan Koordinator Twitter dengan Anggota .....	59
Gambar 4. 6.	Pesan Himbauan Kepada Anggota BCS.....	60
Gambar 4. 7.	Kultwit Aksi Pelemparan Roll Paper.....	61
Gambar 4.8.	Struktur Pola Komunikasi Koordinator dan Anggota .....	63
Gambar 4.9.	Struktur Pola Komunikasi Koordinator dan Anggota .....	65
Gambar 4.10.	Struktur Pola Komunikasi Menyeluruh Supporter BCS.....	66
Gambar 4.11.	Twit Dukungan untuk PSS Sleman .....	68
Gambar 4.12.	Twit Ungkapan Cinta Untuk PSS Sleman .....	69
Gambar 4.13.	Twit Gambar dari BCS .....	70
Gambar 4. 14.	Video Aksi Koreografi BCS.....	71
Gambar 4.15.	Twit Video Royalti Penjualan Merchandise Original BCS .....	72
Gambar 4.16.	Twit Balasan Hasil Royalti oleh pengikut BCS .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perserikatan Sepak Bola Sleman (PSS) merupakan tim sepak bola yang berbasis di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Tim yang didirikan pada 20 Mei 1976 ini merupakan salah satu tim sepak bola yang disegani di Indonesia dan memiliki julukan sebagai tim Elang Jawa atau Super Elja. Mereka bermain di Divisi Utama dalam sebuah kompetisi sepak bola Indonesia, Liga Indonesia. Prestasi tertingginya dalam kompetisi kasta tertinggi Liga Indonesia adalah dua tahun berturut-turut menempati empat besar pada Divisi Utama Liga Indonesia 2003 dan Divisi Utama Liga Indonesia 2004. Stadion utama PSS Sleman adalah Stadion Maguwoharjo, dan menggunakan stadion Tridadi sebagai stadion kedua. PSS juga memiliki suporter fanatik yakni Slemania dan Brigata Curva Sud.

Keterlibatan supporter dalam memberikan dukungan diluar maupun didalam stadion harus memberikan suatu hal yang positif untuk tim, banyak hal yang dapat dilakukan kelompok supporter untuk memberikan dukungan untuk tim kebanggaannya. Dengan memberikan pengertian dan pembelajaran dalam memberikan dukungan akan tertanam rasa memiliki dan loyalitas untuk tim.

Memberikan pengertian dan pembelajaran untuk semua pendukung PSS Sleman melalui media sosial yang ada khususnya dalam kelompok supporter

Brigata Curva Sud. Dengan menyuguhkan tulisan atau propaganda dengan maksud memberikan pembelajaran cara mendukung tim kearah yang positif.

Loyalitas dapat diartikan sebagai tekad, kesanggupan menaati, melaksanakan, dan mengamalkan sesuatu dengan disertai penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesanggupan tersebut harus dibuktikan dalam sikap dan tingkah laku sehari-hari serta dalam bergaul dalam suatu kelompok. Keselarasan dalam memberikan dukungan untuk tim kebanggaan sangat dibutuhkan untuk menjaga kekompakan kelompok, loyalitas anggota memegang peranan besar dalam menjaga keselarasan dalam mendukung tim.



**Gambar 1.1. Supporter PSS Sleman**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Loyalitas yang dimiliki setiap anggota dalam suatu kelompok sangat berpengaruh pada berlangsungnya suatu kelompok dalam melaksanakan visi dan misi, dengan tertanamnya loyalitas pada setiap anggota diharapkan keutuhan dan kelangsungan kelompok tetap terjaga sehingga tujuan akan tercapai dengan baik.

Kelompok supporter Brigata Curva Sud memberikan arahan atau pengertian kepada setiap anggota yang ada didalamnya untuk memberikan dukungan baik diluar maupun didalam stadion. Kelompok Brigata Curva Sud mengandalkan media sosial sebagai alat berinteraksi kedua untuk menyebarkan informasi serta seluruh kegiatan yang berlangsung selain forum rutin yang dilakukan pada setiap bulannya. Dengan adanya suatu kegiatan forum rutin ini dapat memberikan suatu hal yang positif untuk setiap anggota, selain dapat berinteraksi langsung dengan anggota lain diharapkan forum ini menjadi tempat musyawarah dalam menyampaikan ide atau gagasan yang bertujuan untuk mencapai visi dan misi kelompok ini.

Keputusan bersama dalam kelompok ini sangat diutamakan karena kelompok ini memegang teguh prinsip “no leader just together” dimana setiap anggota berhak menyampaikan pendapat, ide atau gagasan agar tercapai keputusan yang adil, dengan pergerakan ini loyalitas akan tertanam pada setiap anggota.



**Gambar 1.2. Logo Twitter**

(Sumber: Twitter)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet, telah melahirkan media komunikasi yang terdesentralisasi dan demokratis dibandingkan media massa konvensional. Artinya produksi pesan dan pengelolaan media dalam internet dapat dilakukan secara mandiri tanpa terintervensi pemerintah serta kebijakan pemilik media yang berlebih terutama dalam negara demokrasi.

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi yang menjadi dialog interaktif. Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat penghubung berkomunikasi antar pemilik akun pada media sosial, media sosial tidak membatasi para penggunanya semua kalangan dapat mengakses media sosial tersebut.

Pola komunikasi yang terbentuk didalam kelompok supporter Brigata Curva Sud yang menarik untuk diketahui dan dibahas lebih dalam, keterkaitannya dengan pola komunikasi kelompok Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas anggota melalui media sosial *twitter*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka masalah dapat dirumuskan berupa pertanyaan sebagai berikut: “Bagaimana pola komunikasi supporter Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas melalui media sosial *twitter*?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pola komunikasi supporter Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas melalui media sosial *twitter* dan mengetahui bentuk loyalitas supporter Brigata Curva Sud pada klub PSS Sleman.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk kepentingan teoritis, dan praktis.

#### **1.4.1 Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat untuk :**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para peneliti selanjutnya. Bukan hanya individu yang mendapatkan manfaat tersebut, melainkan semua orang yang langsung berperan serta di dalamnya.

#### **1.4.2 Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk :**

- a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan hal-hal yang berkaitan dengan pola komunikasi pada kelompok supporter.
- b. Memberi gambaran tentang bagaimana pola komunikasi supporter dalam membangun loyalitas melalui media sosial *twitter*

### **1.5 Kerangka Teori**

#### **1.5.1 Teori Media Baru**

Teori ini menjelaskan tentang posisi media dalam menyebarkan informasi dan pengguna media yang memanfaatkan media tersebut. Dua hal ini menjadi dasar perbedaan antara media baru dan media klasik. Dalam media klasik lebih menekankan pada penyebaran informasi sehingga tidak memprioritaskan interaksi

dalam komunikasi, misalnya pada media televisi, majalah, ataupun radio yang dapat menyiarkan berbagai macam informasi yang dapat kita lihat dan dengar tetapi kita tidak dapat berinteraksi didalamnya.

Teori ini dikuatkan oleh buku *The second media age* yang diterbitkan oleh Mark Poster. Periode baru ditandai dengan teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan merubah masyarakat. (Mark Poster dalam Littlejohn, 1990:413). Era media yang pertama digambarkan oleh sentralisasi produksi, komunikasi satu arah, kendali situasi untuk sebagian besar, reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media, audiens massa yang terpecah, pembentukan kesadaran sosial. Era media kedua digambarkan dengan sebaliknya, yaitu desentralisasi, dua arah, diluar kendali situasi, demokratisasi, mengangkat kesadaran individu dan orientasi individu (Littlejohn, 2012:413). Dari penggambaran tersebut dapat diamati bahwa dalam era media baru lebih bersifat interaktif dengan adanya komunikasi yang dapat menganggapi secara pribadi dan intensitas tatap muka sudah tidak menjadi acuan, maksudnya kita tidak perlu banyak berinteraksi dengan orang lain tetapi cukup dengan media itu sendiri.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya teori komunikasi massa (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaksinya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya ada dimana-mana.

## **1.6 Kerangka Pemikiran**

### **1.6.1 Pola komunikasi**

Pola komunikasi adalah modus dan bentuk komunikasi yang sering kita gunakan dalam situasi atau dengan orang-orang tertentu, beberapa pola mungkin lazim, muncul dalam komunikasi yang paling terlepas dari situasi, sementara banyak situasi yang khusus digunakan dengan orang-orang tertentu.

Effendy, mengatakan bahwa istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris tersebut *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio*. Kata *communicatio* berasal dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama dalam hal ini berarti sama makna. Sehingga, jika dua terlibat komunikasi, dalam bentuk percakapan misalnya, maka komunikasi akan terjadi/berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan tersebut belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna apa yang dipercakapkan (Effendy, 1995:9).

Laswell mengakui bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah, dengan suatu aliran yang lancar dan umpan balik yang terjadi antara pengirim dan penerima. Dalam suatu masyarakat yang kompleks banyak informasi disaring oleh pengendali pesan-editor, penyensor atau propagandis, yang menerima informasi dan menyampaikan kepada publik dengan beberapa perubahan atau penyimpangan. Menurut Laswel, suatu fungsi penting komunikasi adalah

menyediakan informasi mengenai negara-negara kuat di dunia. Ia menyimpulkan bahwa penting bagi suatu masyarakat untuk menemukan dan mengendalikan faktor-faktor yang mungkin mengganggu komunikasi yang efisien (Mulyana, 2005:137).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori media baru dan kerangka pemikiran pola komunikasi, agar dapat membantu menggambarkan fenomena serta dapat membantu menjawab rumusan masalah yang terjadi dalam kelompok supporter Brigata Curva Sud, pola komunikasi supporter Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas anggota melalui media sosial *twitter*.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pola komunikasi**

##### **2.1.1. Pengertian Pola Komunikasi**

Pola komunikasi biasa disebut juga sebagai model tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan pendidikan keadaan masyarakat. Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communications* berasal dari bahasa latin yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum dan bersama-sama. Banyak definisi tentang komunikasi, bahkan para ahli komunikasi mempunyai definisinya masing-masing. Definisi komunikasi ada dan sangat banyak namun paling tidak kita bisa mengetahui definisi komunikasi dengan gambaran, sebagaimana yang diungkapkan shannon dan weaver (1949): bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi (Wiryanto, 2006:7).

Pola komunikasi proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang di cakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1).

Pola komunikasi adalah modus dan bentuk komunikasi yang sering kita gunakan dalam situasi tertentu atau dengan orang-orang tertentu, beberapa pola mungkin lazim, muncul dalam komunikasi yang paling terlepas dari situasi, sementara banyak situasi yang khusus digunakan dengan orang-orang tertentu (teman, pasangan, anak, bos) atau dalam situasi tertentu (di tempat kerja, dalam konflik, dalam ketakutan). komunikasi organisasi didefinisikan sebagai suatu pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierakis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkaran (Muhammad, 2009: 65).

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai proses komunikasi akan ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam komunikasi dan mudah digunakan dalam komunikasi. Menurut Cangara pola komunikasi terdiri dari beberapa macam yaitu (Cangara, 2004:45):

a. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang verbal dan non verbal. Lambang verbal yaitu bahasa, yang paling sering digunakan karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Sedangkan lambang non verbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi

yang bukan menggunakan bahasa, namun menggunakan isyarat dengan menggunakan anggota tubuh antara lain kepala, bibir, tangan dan sebagainya.

b. Pola komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator yang menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi informasi semakin canggih.

c. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi linear mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ketitik yang lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini, pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

d. Pola Komunikasi Sirkular

Pola komunikasi Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar, atau keliling. Dalam proses sirkular terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan

komunikasi. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

### **2.1.2. Pola Komunikasi dalam Organisasi**

Berikut adalah beberapa pola komunikasi yang umumnya dilakukan dalam sebuah organisasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi di kelompok kerja dalam berbagai bentuk jejaring komunikasi dan pola komunikasi dalam struktur organisasi.

#### **a. Komunikasi interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain dalam sebuah organisasi. Komunikasi interpersonal ini bias dilakukan antar individu dalam satu bagian, antar bagian dalam organisasi, antar bawahan, antar pimpinan, maupun antara pimpinan dan bawahan. Terdapat dua bentuk komunikasi yang biasa dilakukan dalam komunikasi interpersonal ini. Pertama komunikasi lisan yaitu komunikasi yang terjadi dalam percakapan, tatap muka, diskusi kelompok, percakapan telepon dan dalam situasi-situasi lain ketika ucapan digunakan untuk mengekspresikan makna. Komunikasi lisan sangat lazim karena beberapa alasan yaitu komunikasi lisan memicu umpan balik dan pertukaran pemikiran secara langsung dalam bentuk pernyataan ekspresi muka, persetujuan verbal dan gerak tubuh. Tetapi komunikasi lisan juga memiliki kelemahan, yakni komunikasi ini mungkin tidak akurat jika pembicara memilih kata-kata yang salah untuk menyatakan suatu makna atau melupakan detail-detail penting, jika

proses komunikasi lisan mengalami gangguan, atau jika penerima melupakan sebagian daripesan (Griffin, 2003: 108).

Kedua, komunikasi tulisan adalah komunikasi yang dilakukan seseorang kepada orang lain melalui mediator berupa sesuatu yang dapat menyampaikan pesan pengirim kepada penerima pesan sehingga maksud dari pesan dapat dengan mudah diterima (Kurniawan, 2005: 300). Salah satu kelemahan dari komunikasi tulisan adalah komunikasi tulisan mencegah umpan balik dan pertukaran pikiran secara langsung. Biasanya lebih sulit dan lebih memakan waktu dibanding komunikasi lisan. Tentu saja komunikasi tulisan menawarkan sejumlah keunggulan yaitu komunikasi tulisan biasanya sangat akurat dan menyediakan catatan permanen mengenai komunikasi. Pengirim bisa meluangkan waktu untuk mengumpulkan dan mencerna informasi sebelum dikirimkan. Komunikasi tulisan cenderung disukai jika pesan melibatkan detail-detil penting (Griffin, 2003: 108).

b. Komunikasi di kelompok kerja dalam bentuk jejaring komunikasi

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Di antara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan orang dalam organisasi. Bentuk struktur dari jaringan itupun juga akan berbeda-beda (Muhammad, 2009: 102).

Menurut Griffin (2000), terdapat berbagai pola komunikasi dalam kelompok kerja yang dapat diidentifikasi, di antaranya adalah :

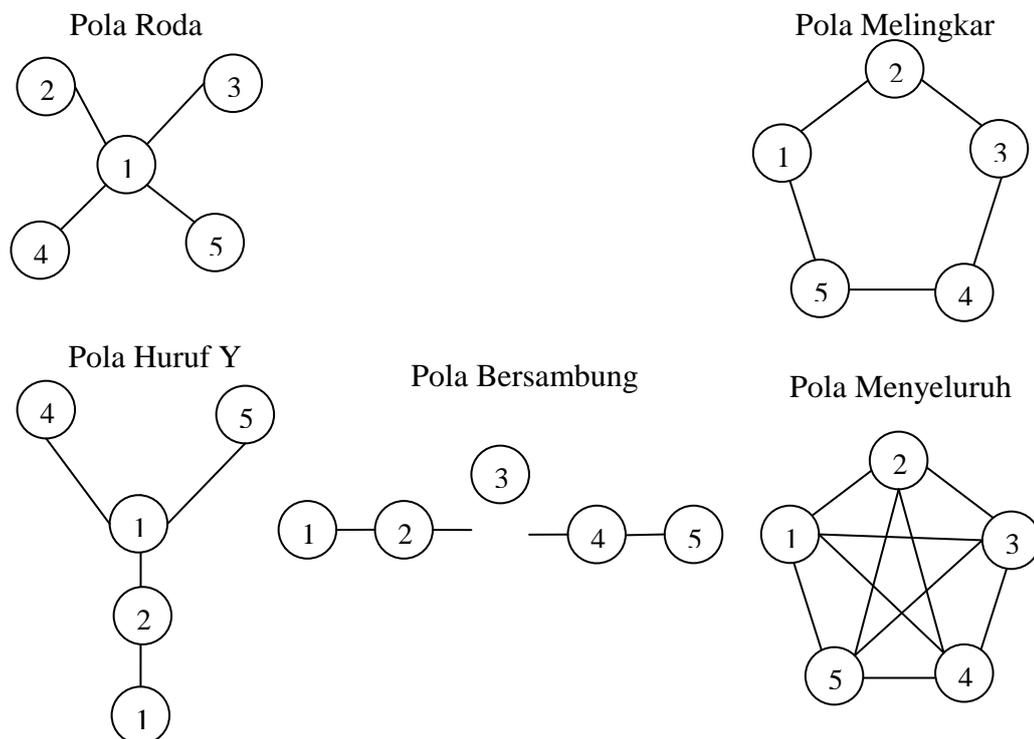
- 1) Polaroda (*wheel*), yaitu pola komunikasi yang menggambarkan dari satu sumber untuk kemudian pesan disebarakan kepada yang lain dari sumber tersebut. Pola komunikasi seperti ini biasanya dilakukan oleh sebuah kelompok dimana pemimpin memiliki kontrol penuh terhadap seluruh anggota. Sumber informasi yang didapatkan hanya melalui pemimpin yang menjadi satu-satunya sumber informasi. Dalam pola roda semua komunikasi mengalir melalui satu individu sentral yang biasanya diungkapkan pemimpin kelompok (Griffin, 2003:109).
- 2) Pola huruf Y, sekalipun sumber informasi berasal dari satu sumber (nomor 1), tetapi dalam proses penyebarannya kepada seluruh anggota tidak selalu harus melalui dirinya. Informasi tersebut dapat disebarakan melalui dirinya (nomor 2, 4 dan 5) maupun melalui anggota yang lain (nomor 3 mendapatkan informasi dari nomor 2). Pola komunikasi yang dilakukan dalam sebuah kelompok dimana pemimpin melakukan delegasi atau pelimpahan wewenang atau kepercayaan kepada sebagian dari anggota kelompoknya. Memiliki tingkat sentralisasi lebih rendah yakni dua orang dekat dengan pusat.
- 3) Pola bersambung (*chain*), yaitu pola yang menawarkan aliran informasi yang lebih seimbang antar anggota meski dua individu (yang berada di kedua ujung rantai) hanya berinteraksi dengan satu orang lain. Kelemahan ini teratasi dengan pola lingkaran (Griffin, 2003: 110). Pola komunikasi ini

menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pemimpin kepada bawahan sangat tinggi atau bahkan pemimpin benar-benar memberikan kewenangan kepada anggotanya untuk menyampaikan informasi, namun setiap anggota hanya dapat menerima dan memberi informasi maksimum dengan dua orang saja, misalnya orang nomor 3 menerima dari nomor 2 dan memberikan kepada nomor 4. Dan nomor 1 sebagai pemimpin hanya memberikan kepada nomor 2 saja. Biasanya berlaku ketika sebuah pekerjaan dalam kelompok lebih bersifat berkesinambungan atau berkelanjutan. Pola komunikasi bersambung ini biasanya berlaku ketika sebuah pekerjaan dalam kelompok lebih bersifat berkelanjutan (Kurniawan, 2005: 300).

- 4) Pola lingkaran (*circle*), yaitu pola komunikasi yang dibangun seperti pola berkelanjutan namun lebih bersifat tertutup. Artinya pada akhirnya pemberi pesan akan mengevaluasi hasil-hasil dan implikasi dari pesan pertama yang ia kirimkan dari orang terakhir yang menerima pesan (Kurniawan, 2005: 301).
- 5) Pola Menyeluruh (*all Channel*), yaitu seluruh anggota dan pemimpin memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pesan atau informasi sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan. Pola komunikasi seperti ini biasanya terjadi dalam moment-moment seperti rapat, diskusi, atau juga dalam sebuah kelompok yang bersifat partisipatif. Kelebihan dari pola ini adalah bahwa bias informasi akan diminimalkan karena setiap orang mendapatkan klarifikasi informasi dari seluruh anggota organisasi

(Kurniawan, 2005: 300-302). Pola ini yang paling terdesentralisasi memungkinkan terjadinya aliran informasi secara bebas diantara semua anggota kelompok dan semua orang dapat berpartisipasi secara adil.

Pola komunikasi sangat bersifat situasional. Sebagai contoh untuk sebuah kelompok kerja yang sederhana dan beranggotakan sedikit orang, maka pola roda cukup efektif untuk digunakan. Adapun untuk kelompok anggota yang banyak, pola rantai atau pola lingkaran lebih cocok. Demikian pula untuk situasi lainnya yang mungkin akan sangat berbeda kondisinya antara satu dengan yang lain (Kurniawan, 2005: 302). Berikut ini menggambarkan pola komunikasi (Kurniawan, 2009: 301):



**Gambar 2.1 Pola Komunikasi**

(sumber: Kurniawan, 2009: 301)

c. Komunikasi dalam Struktur Organisasi

Komunikasi dalam struktur organisasi adalah pola bagaimana setiap bagian-bagian dalam organisasi saling berkomunikasi satu dengan lainnya, baik antar bagian yang tingkatannya sama (horizontal) maupun yang berbeda tingkatan (vertikal). Pola komunikasi dalam struktur organisasi secara garis besar dapat berupa komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang dilakukan oleh seseorang yang berada pada tingkatan organisasi yang lebih tinggi dengan tingkatan yang lebih rendah atau juga sebaliknya. Komunikasi vertikal biasanya dilakukan dalam hal komunikasi berupa pemberian tugas (dari atas ke bawah), maupun pelaporan dan pertanggung jawaban (dari bawah ke atas).

1) Tipe Komunikasi Vertikal (dari atas ke bawah)

a) Instruksi tugas

Instruksi tugas adalah pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan dan bagaimana melakukannya (Muhammad, 2009:109). Menurut Lensufiie, seorang pemimpin memiliki keahlian dimana ia mampu menggerakkan bawahan dalam bentuk perintah, otoritas, himbauan, sistem transaksional, motivasi, pemberian contoh dan lain-lain (Lensufiie, 2010: 91).

b) Rasional Pekerjaan

Rasional pekerjaan adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi. Kegiatan mengkomunikasikan pesan secara rasional seharusnya dimiliki oleh pemimpin, yakni dapat meyakinkan bawahannya dengan menjelaskan bagaimana aktivitas tersebut dilakukan dengan suatu performa yang minimal harus dimiliki bawahan (Tampubolon, 2004: 119).

c) Ideologi

Ideologi yaitu pesan yang disampaikan guna mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi, dengan tujuan memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.

d) Informasi

Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi dan peraturan organisasi.

e) Balikan

Balikan adalah pesan yang berisikan tentang informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Apabila tidak ada informasi dari atasan untuk mengkritik pekerjaannya, berarti pekerjaan tersebut sudah memuaskan (Muhammad, 2009:109). Perlu untuk diperhatikan bahwa respon yang baik dari pemimpin terhadap suatu masalah adalah penting, tetapi terlalu cepat bereaksi tanpa pemikiran

yang matang memberi kesan kurangnya kemampuan menguasai diri sendiri (Joewono, 2002: 11).

## 2) Tipe Komunikasi Vertikal (dari bawah ke atas)

Melihat dari fungsi komunikasi Vertikal (bawah ke atas) ini, yaitu sebagai balikan bagi pemimpin, memberikan petunjuk tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan kepada bawahan dan dapat memberikan stimuli kepada bawahan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijakan bagi instansinya. Menurut Pace (1989) fungsi dari komunikasi bawah ke atas ini adalah:

- a) Atasan dapat mengetahui kapan bawahannya siap untuk diberi informasi.
- b) Memperkuat apresiasi dan loyalitas karyawan terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, ide dan saran.
- c) Memberikan informasi bagi pembuatan keputusan.
- d) Membantu bawahan mengatasi masalah-masalah pekerjaan dan memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas dan organisasi (Muhammad, 2009: 117)

## 3) Komunikasi Horizontal

Adapun komunikasi horizontal biasanya dilakukan antara seseorang dengan orang lain yang memiliki tingkatan organisasi yang sama. Bentuk komunikasi yang dilakukan diantaranya adalah komunikasi dalam rangka koordinasi, kerja sama, dan lain sebagainya (Kurniawan,

2009: 302-303). Tujuan komunikasi horizontal adalah untuk mengkoordinasi penugasan kerja, berbagi informasi mengenai rencana kerja dan kegiatan, untuk memecahkan masalah. Ada empat tahap dalam pemecahan permasalahan secara kreatif dalam kelompok yang sudah tersusun dengan baik yaitu, penjabaran dan penjajakan masalah itu sendiri, pengembangan ide-ide alternative, seleksi, langkah ini harus sesuai dan terbuka terhadap kritik serta penilaian, tetapi harus dilakukan secara konstruktif dan mendukung. Tahapan yang terakhir adalah penerapan (West, 1998: 84-85). Selanjutnya, tujuan dari komunikasi Horizontal adalah mendamaikan dan menengahi perbedaaan, serta menumbuhkan dukungan antarpersonal (Mulyana, 2005: 195-196). Medium penyebaran informasi ditentukan oleh kekayaan informasi itu sendiri. Kekayaan informasi terendah adalah informasi yang penyebarannya dilakukan melalui surat selebaran ataupun surat elektronik. Adapun kekayaan penyebaran informasi yang tergolong menengah adalah bila bila berbentuk pembicaraan telepon,tetapi yang terkaya adalah informasi yang diperoleh lewat pembicaraan langsung atautatap muka (West, 1998: 40).

Komunikasi horizontal dapat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan rapat. Rapat yang baik adalah rapat yang ketika berakhir membuat setiap peserta terinspirasi, bersemangat, kembali antusias, tahu apa yang harus dikerjakan, dan bergairah menghadapi tantangan didepan. Karena itu di dalam proses rapat harus terjadi komunikasi dua arah (Denny, 2010: 92). Menurut Joewono, untuk mewujudkan kerjasama yang harmonis

diperlukan sikap loyal yang tinggi dan saling pengertian (Joewono, 2002: 10).

Menurut Griffin, adapun tujuan komunikasi horizontal yaitu, memfasilitasi koordinasi antar unit yang saling bergantung, sebagai tujuan pemecahan masalah bersama dan lain-lainnya. Adapun yang dimaksud dengan koordinasi adalah proses mengintegrasikan (memadukan), menyinkronisasikan, dan menyederhanakan pelaksanaan tugas yang terpisah-pisah secara terus-menerus untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Usman, 2010: 439). Koordinasi adalah bagian penting diantara anggota-anggota organisasi yang pekerjaannya saling bergantung. Semakin banyak pekerjaan individu-individu atau unit-unit yang berlainan tetapi erat hubungannya, semakin besar pula kemungkinan terjadinya koordinasi (Usman, 2010:439). Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pola komunikasi dalam struktur organisasi, yaitu:

a) Jalur formal dari komunikasi

Pola komunikasi ini biasanya diawasi dan dikontrol oleh pimpinan karena pesan dan informasi yang disampaikan biasanya memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi pimpinan dalam mengkondisikan dan mengarahkan para anggotanya.

b) Otoritas dari hierarki organisasi

Perbedaan tingkatan manajemen dalam organisasi akan menentukan pola komunikasi yang dibangun.

c) **Spesialisasi jabatan**

Adanya spesialisasi jabatan yang menghasilkan beberapa bagian yang berbedadalam organisasi dapat menyebabkan pola komunikasi yang dibangun juga berbeda.

## **2.2. Loyalitas Anggota**

Loyalitas dapat diartikan sebagai tekad, kesanggupan menaati, melaksanakan, dan mengamalkan sesuatu dengan disertai penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesanggupan tersebut harus dibuktikan dalam sikap dan tingkah laku sehari-hari serta dalam bergaul dalam suatu kelompok. Keselarasan dalam memberikan dukungan untuk tim kebanggaan sangat dibutuhkan untuk menjaga kekompakan kelompok, loyalitas anggota memegang peranan besar dalam menjaga keselarasan dalam mendukung tim. Loyalitas yang dimiliki setiap anggota dalam suatu kelompok sangat berpengaruh pada berlangsungnya suatu kelompok dalam melaksanakan visi dan misi, dengan tertanamnya loyalitas pada setiap anggota diharapkan keutuhan dan kelangsungan kelompok tetap terjaga sehingga tujuan akan tercapai dengan baik.

Kelompok supporter Brigata Curva Sud memberikan arahan atau pengertian kepada setiap anggota yang ada didalamnya untuk memberikan dukungan baik diluar maupun didalam stadion. Kelompok Brigata Curva Sud mengandalkan media sosial sebagai alat berinteraksi kedua untuk menyebarkan informasi serta seluruh kegiatan yang berlangsung selain forum rutin yang dilakukan pada setiap bulannya. Dengan adanya suatu kegiatan forum rutin ini dapat memberikan suatu hal yang positif untuk setiap anggota, selain dapat

berinteraksi langsung dengan anggota lain diharapkan forum ini menjadi tempat musyawarah dalam menyampaikan ide atau gagasan yang bertujuan untuk mencapai visi dan misi kelompok ini. Keputusan bersama dalam kelompok ini sangat diutamakan karena kelompok ini memegang teguh prinsip “no leader just together” dimana setiap anggota berhak menyampaikan pendapat, ide atau gagasan agar tercapai keputusan yang adil, dengan pergerakan ini loyalitas akan tertanam pada setiap anggota kelompok ini.

### **2.3. Media sosial**

#### **2.3.1. Definsi Sosial Media**

Media sosial adalah berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Melalui media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertkaran, kolaborasi, dan berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual. Seperti twitter, facebook, blog, foursquare, dan lainnya yang banyak digunakan saat ini (Puntoadi, 2011:1).

Pada era modern seperti sekarang ini, perkembangan media elektronik, mencakup radio, televisi dan telepon telah memungkinkan penurunan waktu pengalihan secara dramatik. Jarak geografis sekarang tidak lagi menjadi penghalang dalam proses komunikasi dan pertukaran informasi. Komputer digital dan media penyimpanan informasi berskala besar dan masa telah memungkinkan terwujudnya basis data dengan kemampuan untuk memproses dan memanipulasi informasi. Teknologi pemrosesan data secara elektronik data secara elektronik bersama teknologi komputer digital telah menghasilkan sebuah aliansi sinergi yang baru yang disebut *cyber teknologi*.

Media menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat pada umumnya, sehingga sulit dibayangkan jika hidup tanpa media. Begitu banyak orang yang terbiasa dengan adanya komunikasi massa, maka banyak yang telah terbiasa dengan adanya komunikasi massa, maka banyak yang tidak menyadari bahwa media sesungguhnya mempengaruhi cara pandang dan tindakan mereka. Media dapat menyimpan pesan secara permanen dalam suatu media seperti situs layanan yang terdapat dalam jaringan internet. Selain itu media perantara ini dapat mengirimkan pesan

Media sosial saat ini telah menguasai kehidupan para pengguna internet. Layanan yang dihadirkan oleh masing-masing situs media sosial berbeda-beda. Hal inilah yang merupakan ciri khas dan juga keunggulan masing-masing situs media sosial. Tetapi, umumnya layanan yang ada pada media sosial adalah chatting, email, berbagi pesan, berbagi video atau foto, dan lain-lain. Pemanfaatan situs media sosial telah menjadi trend atau gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal, dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun ketertarikan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011:21).

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wikipedia, forum dan dunia virtual. Media sosial online merupakan media yang di desain untuk memudahkan interaksi sosial

bersifat interaktif berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya *broadcast* media monologe (satu ke banyak *audiens*) ke sosial media dialouge (banyak *audiens* ke banyak *audiens*). Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat modern. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak daripada populasi warga kebanyakan negara. Selalu saja ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Karena kecepatan orang dapat mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional lainnya dalam menyebarkan berita-berita secara *up-date*. Facebook, Twitter, My Space merupakan beberapa contoh media sosial. Pesatnya perkembangan media ini dikarenakan semua orang dapat merasa seperti memiliki media itu sendiri.

Seiring berkembangnya teknologi, semua aspek dalam kehidupan manusia memiliki dampak darinya termasuk juga dalam bidang informasi. Dahulu kita mengenal forum diskusi , chat, messenger atau milis dimana pola komunikasinya terbatas hanya dalam suatu forum saja. Sekarang forum tersebut telah berkembang dan lebih akrab disebut jejaring sosial. Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual dan organisasi. Jejaring

menunjukkan jalan dimana semua orang dapat berhubungan karena kesamaan sosialitas. Jejaring sosial dapat dikatakan sebagai bentuk baru komunitas yang berada di Internet dan saling terhubung dengan cepat.

### 2.3.2. Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- 1) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- 2) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (“*many to many*”).
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

### 2.3.3. Karakteristik Media sosial

Berikut beberapa karakteristik yang ada pada sosial media:

- 1) Partisipasi
- 2) Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan *audience* (Media massa/media siaran)
- 3) Keterbukaan

Kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali

dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh)

4) Perbincangan

Memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara “dua arah”

5) Komunitas

Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tanyangan TV favorit).

6) Keterhubungan

Mayoritas media social tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain.

#### **2.4. Media Sosial Twitter**

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc yang dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. Twitter berbasis di San Bruno, California dekat San Francisco, dimana situs ini pertama kali dibuat. Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide twitter dimana individu bisa menggunakan SMS layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007.

Popularitas Twitter mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat Festival South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung, penggunaan Twitter meningkat dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000. Reaksi di festival itu sangat positif. Twitter menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut tweet (kicauan). Mikroblog adalah sebuah update singkat tentang sesuatu yang disajikan dalam karakter singkat.

Twitter adalah sebuah jejaring sosial yang dioperasikan oleh Twitter Inc yang berbasis *microblog*. Mikro Blogging adalah sebuah update singkat tentang sesuatu yang disajikan dalam karakter singkat. Twitter memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut dengan *tweet*. *Tweet* adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. *Tweet* bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat *tweet* penulis lain yang dikenal dengan sebutan *follower*.

Twitter sebagai new media memiliki karakteristik yang dijabarkan oleh Lister (Hilda Kitti: 2003) :

1) *Digitality*

Pada Twitter, semuanya terdigitalisasi, karena berbagai format yang dikirimkan oleh kita, secara sederhana mengalami proses sehingga menjadi tampilan seperti yang tertera di halaman Twitter penggunanya. Teks tersampaikan, foto tersebar dimanapun kita berada.

2) *Interactivity*

Pada Twitter, pesan dan tweet yang kita hubungkan dapat dikaitkan satu sama lain. Interaktivitas inilah yang membedakan antara media baru dengan media yang lebih konvensional.

### 3) *Dispersality*

Pada Twitter, tidak terlalu jelas mana yang menjadi produsen dari suatu tweet dengan konsumennya. Karena semuanya saling terkait.

### 4) *Virtuality*

Pada Twitter, benar-benar terasa pengalaman kita berinteraksi karena pesan-pesan yang disampaikan secara virtual yang biasanya disampaikan lewat komputer ataupun telepon genggam.

Dalam twitter pengguna dapat menulis pesan berdasarkan topik dengan menggunakan tanda pagar (#) atau sering disebut dengan *hashtag*. Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa diawali dengan tanda “@” kemudian diikuti nama akun yang ingin dituju. Pesan melalui *handphone* pada awalnya diatur hanya mempunyai batasan sampai 140 karakter, memperkenalkan singkatan notasi dan slang yang biasa digunakan dalam pesan SMS. Batas karakter 140 juga meningkatkan penggunaan memperpendek layanan URL seperti bit.ly, goo.gl, dan tr.im. *Twitter* juga menyediakan jasa hosting konten, seperti Twitpic, Tweepphoto, memozu.com dan NotePub untuk mengakomodasi multimedia isi dan teks yang lebih panjang daripada 140 karakter. Fitur-fitur lain yang terdapat dalam twitter adalah :

- Halaman Utama (*Home*)

Pada halaman utama kita bisa melihat kicauan yang dikirimkan oleh semua orang yang menjadi teman kita. Halaman utama disebut juga sebagai *Timeline*.

- Profil

Pada halaman ini yang akan dilihat oleh seluruh orang mengenai profil atau data diri serta *Tweets* yang sudah pernah dikirim.

- Pengikut (*Follower*)

Pengikut adalah pengguna lain yang ingin menjadikan kita sebagai teman. Bila pengguna lain menjadi pengikut akun seseorang, maka *tweets* seseorang yang ia ikuti tersebut akan masuk ke dalam halaman utama.

- Mengikuti (*Following*)

*Following* merupakan kebalikan dari *Follower*. Ikutan adalah akun seseorang yang mengikuti akun pengguna lain agar kicauan yang dikirim oleh orang yang diikuti tersebut masuk ke dalam halaman utama.

- Gamitan (*Mentions*)

Konten ini merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai orang yang akan diajak bicara.

- Favorit

*Tweets* ditandai sebagai favorit agar tidak hilang oleh halaman sebelumnya.

- Pesan Langsung (*Direct Message*)

Fungsi pesan langsung lebih bisa disebut SMS karena pengiriman pesan langsung di antara pengguna tanpa ada pengguna lain yang bisa melihat pesan tersebut kecuali pengguna yang dikirim pesan.

- Tagar (*Hashtag*)

Tagar yang ditulis di depan topik tertentu agar pengguna lain bisa mencari topik yang sejenis yang ditulis oleh orang lain juga.

- Senarai (*List*)

Pengguna twitter dapat mengelompokkan *follower* mereka ke dalam satu grup sehingga memudahkan untuk dapat melihat secara keseluruhan nama pengguna atau *username* yang mereka *follow*.

- Topik Hangat (*Trending Topic*)

*Trending Topic* adalah topik yang sedang banyak dibicarakan oleh banyak pengguna dalam suatu waktu yang bersamaan. Topik-topik tersebut membantu Twitter dan pengguna untuk memahami apa yang terjadi di dunia. Terkadang topik-topik tersebut merupakan hasil dari kesengajaan dan upaya bersama oleh fans selebriti tertentu ataupun karena fenomena budaya. Ada 2 jenis *Trending Topic* yang menjadi acuan pengguna di Indonesia, yaitu topik hangat di seluruh dunia sering disebut *Trending Topic World Wide* atau dapat disingkat dengan TTWW dan Topik Hangat di seluruh Indonesia yang sering disebut *Trending Topic Indonesia* atau disingkat dengan TTI.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian tentang pola komunikasi kelompok pernah dilakukan oleh ANDI SUPRIYONO MARGA BASUKESTI pada tahun 2015 dengan judul “POLA KOMUNIKASI ORGANISASI SUPORTER BRIGATA CURVA SUD DALAM MENDUKUNG TIM PSS SLEMAN”. Persamaan penelitian ini merupakan permasalahan yang mengangkat tema pola komunikasi supporter brigata curva sud, sedangkan perbedaan penelitian ini adalah pada pokok permasalahan dan tahun penelitian. Penelitian terdahulu pokok permasalahan yang diteliti adalah pola komunikasi dalam supporter brigata curva sud pada tahun 2015, sedangkan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pola komunikasi brigata curva sud dalam membangun loyalitas melalui media sosial twitter pada tahun 2016.
  
- 2) Penelitian tentang pola komunikasi yang dilakukan oleh BAGAS ADI PERMANA pada tahun 2011 dengan judul “POLA KOMUNIKASI ORGANISASI UNIT KEGIATAN MAHASISWA MARCHINGBAND YOGYAKARTA” (Studi komperatif pada Unit Marching Bnad UGM dan UPN). Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2011 dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi yang ada pada kedua unit organisasi marching band ini, untuk mengetahui hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi organisasinya, serta untuk mengetahui penggunaan media dalam mendukung komunikasi organisasi di dalam organisai tersebut. Persamaan penelitian ini merupakan

permasalahan yang mengangkat tentang Pola Komunikasi Melalui Media. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek dan tahun penelitian, penelitian terdahulu objek yang diteliti Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Marching Band Yogyakarta sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kelompok supporter Brigata Curva Sud pada tahun 2016.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kualitas data bukan kuantitas data.

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami, sebagai lawannya adalah eksperimen, dimana peneliti adalah instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi. Analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Metode penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

### **3.2. Obyek Penelitian**

Berdasarkan latar belakang maka peneliti memilih objek penelitian penelitian adalah supporter Brigata Curva Sud. Pemilihan narasumber di khususkan kepada anggota yang ikut serta dan memiliki pengaruh yang besar terhadap pergerakan kelompok supporter Brigata Curva Sud dalam media sosial *twitter*.

### **3.3. Sumber Data**

#### **3.3.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pihak terkait yaitu koordinator dan anggota kelompok supporter Brigata Curva Sud yang aktif dan ikut serta dalam mengaktifkan media sosial *twitter* dengan memberikan tanggapan secara langsung dengan beberapa pertanyaan.

Sumber data primer menurut (Sutopo, 2002:49) adalah sebagai berikut :

#### **a. Narasumber**

Jenis sumber data yang berupa manusia dalam penelitian ini pada umumnya dikenal sebagai responden. Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data manusia (narasumber) sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber disini

memiliki posisi yang sama dan narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan yang diminta peneliti, tetapi narasumber juga bisa memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang dimiliki.

b. Peristiwa dan aktivitas

Dari pengamatan dan peristiwa dan aktivitas, peneliti dapat mengetahui proses bagaimana sesuatu terjadi secara lebih pasti karena menyaksikan sendiri secara langsung.

c. Tempat atau Lokasi

Tempat atau lokasi yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan penelitian juga merupakan salah satu jenis sumber data yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti. Informasi mengenai kondisi dari lokasi peristiwa atau aktivitas dilakukan dapat digali lewat sumber lokasinya baik merupakan tempat maupun lingkungannya.

### **3.3.2 Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, yang dapat mendukung penelitian. Sumber data sekunder menurut (Sutopo, 2002:49) adalah sebagai berikut :

a. Benda, gambar, dan rekaman

Beragam benda yang terlihat dalam suatu peristiwa atau kegiatan yang berupa benda sederhana sampai peralatan yang paling rumit yang dapat menjadi sumber data yang penting untuk dimanfaatkan dalam penelitian.

Benda sebagai alat perlengkapan, bisa juga menjadi sumber informasi mengenai bagaimana suatu kegiatan dilakukan dan juga seberapa sering benda digunakan dari segi fisiknya. Beragam gambar yang ada dan berkaitan dengan aktivitas dan kondisi dapat juga dimanfaatkan sebagai sumber data.

b. Dokumen dan arsip

Dokumen dan arsip merupakan bahan tertulis yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Bila dokumen merupakan catatan rekaman yang lebih bersifat formal dan terencana dalam organisasi, cenderung bersifat arsip.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Obsevasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari seseorang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian. Dengan melakukan pengamatan maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, mendalam hingga mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.

Dalam penelitian ini teknik observasi digunakan untuk meneliti secara jelas dan mendalam, serta pengamatan secara langsung ke objek penelitian dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas supporter tim PSS Sleman Brigata Curva Sud dalam membangun loyalistas anggota melalui media sosial

*twitter*. Dalam penelitian ini penulis atau peneliti ingin mengetahui pola komunikasi supporter Brigata Curva Sud dalam membangun loyalitas anggota melalui media sosial *twitter*.

### **3.4.2. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab dengan maksud tertentu dengan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2011:186).

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2002:180).

Teknik ini bertujuan untuk menyajikan konstruksi sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan untuk mengkonstruksi beragam hal seperti itu sebagai bagian dari pengalaman masa lampau dengan harapan segala informasi yang didapat akan lebih mendalam dan jelas.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara tidak berstruktur atau terbuka. Teknik ini bertujuan memperoleh informasi awal tentang berbagai kejadian atau permasalahan yang ada pada kelompok supporter Brigata Curva Sud. Peneliti memberikan pertanyaan wawancara kepada

koordinator atau pengurus agar mendapat informasi sesuai apa yang ingin diketahui oleh peneliti secara mendalam. Teknik wawancara tak berstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaan dapat diubah saat wawancara dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan yang bersifat menggali kedalaman informasi serta dilakukan dengan cara yang tidak secara formal, guna menggali pandangan subjek yang diteliti tentang berbagai hal yang dapat dijadikan dasar bagi penggalian informasi secara mendalam.

### **3.4.3. Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sutopo, 2008:240). Dokumentasi adalah kumpulan dari dokumen-dokumen dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan dan pengelolaan dokumen secara sistematis kepada pemakai informasi tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik dokumentasi bertujuan mendapatkan informasi berupa dokumen-dokumen yang dapat membantu penulis dalam penelitian ini. Penulis menggunakan metode dokumentasi dengan harapan mendapat segala bentuk informasi yang nyata melalui dokumen yang sudah terkumpul, serta mendapatkan tambahan informasi yang lebih terstruktur agar dalam penelitian ini penulis dapat mengambil informasi dengan baik.

#### **3.4.4. Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan yaitu suatu kegiatan mengumpulkan dan mencari data yang diperoleh dari berbagai referensi buku-buku dan bahan bacaan di perpustakaan, serta data-data lainnya yang materinya berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini penulis mencari referensi buku yang berkaitan dengan pola komunikasi, supporter untuk memperoleh data serta materi yang akurat serta penulis akan mendapatkan data pendukung selama proses pencarian data dilapangan dengan dokumen berupa catatan observasi, rekaman wawancara dan referensi dari dokumen tentang segala sesuatu informasi mengenai fenomena yang terjadi dalam kelompok supporter Brigata Curva Sud.

#### **3.5. Teknik Analisa Data**

Proses analisa penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak awal bersamaan dengan proses pelaksanaan pengumpulan data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain(Sugiyono, 2013:335).

Dalam proses analisis terdapat tiga komponen utama, menurut (Sutopo, 2002:91) :

### **3.5.1. Reduksi data**

Merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyerdehanaan, dan abstraksi data dari fieldnote. Reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari catatan data yang diperoleh di lapangan.

### **3.5.2. Sajian data**

Merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian ini juga rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain.

### **3.5.3. Penarikan simpulan dan verifikasi**

Pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi. Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data kembali dengan melihat kembali pada catatan lapangan.

### **3.6. Validitas**

Penulis menggunakan triangulasi dengan sumber. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2011:330). Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2013:330).

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton dalam Moleong, 2011:330).

Dalam penelitian ini informan yang akan digali informasinya melalui observasi dan wawancara adalah supporter Brigata Curva Sud, kemudian data yang didapatkan dibandingkan melalui hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada salah satu supporter Brigata Curva Sud yang mempunyai pengaruh yang besar dalam kelompok ini dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan supporter Brigata Curva Sud.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Profil Brigata Curva Sud**

Pada awalnya BCS merupakan pecahan dari Slemania. Slemania merupakan organisasi suporter resmi PSS Sleman yang diketuai oleh Supriyoko. Sebelum terjadinya dualisme supporter, PSS Sleman hanya mempunyai suporter yang bernama Slemania. Suporter dari tim berjulukan Super Elang Jawa ini, pada tahun 2000 mendapatkan *award "The Best Suporter"* oleh ANTV dengan alasan suporter yang terkenal sopan dan santun. Slemania sangat disegani oleh suporter klub sepak bola di seluruh nusantara. Suporter yang bermottokan "salam satu hati" ini memang jarang sekali terlibat bentrokan suporter, bahkan di era Galatama, Slemania dikenal sebagai suporter yang sangat atraktif dan kreatif. Seiring berjalannya waktu perpecahan mulai menyelimuti kubu Slemania, beberapa anggota mereka mulai tidak merasakan kecocokan salah satunya adalah Ultras PSS.

Ultras PSS awalnya merupakan salah satu laskar Slemania, namun mereka enggan disebut laskar. Komunitas ini tidak tergabung dalam Slemania, hanya berada dibawah bayang-bayang Slemania. Sebagai komunitas mereka tetap memperhatikan kepengurusan. Lambat laun komunitas ini mulai merasa tidak nyaman dengan kepemimpinan ketua Slemania. Sikap tidak nyaman ini muncul pada setiap laga *away/tandang* keluar kota. Ultras PSS merasa ketua selalu

memberikan harga yang sangat mahal pada setiap *tour* keluar kota guna mendukung tim kesayangan mereka PSS Sleman. Bahkan pada setiap laga *home/kandang*, para pengurus-pengurus penting tidak membeli tiket. Padahal tiket itu sangat penting dalam keuangan klub, semua supporter tanpa terkecuali tetap harus membeli tiket pertandingan.

Ultras PSS yang merasa tidak nyaman mulai menunjukkan pergerakan, pada tahun 2010 ketika PSS Sleman mulai *berhomebase* di Stadion Maguwoharjo Internasional Stadium (MIS). Komunitas Ultras PSS ini, perlahan meninggalkan tribun Utara yang ditempati oleh Slemania, komunitas yang hanya beranggotakan 30 orang ini menempati tribun selatan, tribun yang seharusnya ditempati oleh tim tamu. Ultras PSS dengan tidak pernah merasa gentar dan takut dengan tetap total dan loyal berada di tribun selatan. Sikap yang ditunjukkan Ultras PSS tidak tanpa akibat, selang beberapa bulan ketua Slemania yang melihat pergerakan tersebut mulai mengganggu Ultras PSS. Supriyoko ketua Slemania dan anggota Slemania yang lain mendatangi mereka dan memberikan ultimatum diberikan. Ultimatum yang diberikan kepada Ultras PSS membuat pada pertandingan berikutnya Ultras PSS sudah tidak ada di tribun selatan. Hal itu sementara membuat komunitas Ultras PSS menghilang, namun yang terjadi mereka tetap menonton di tribun timur tanpa menggunakan atribut.

Semusim kemudian komunitas ini mulai menampakan lagi di tribun selatan, dengan jumlah yang lebih banyak dari sebelumnya. Sekitar 100 orang mereka mulai menunjukkan pergerakan cepat, dengan menggunakan atribut-atribut yang kreatif, seperti *giant flag*, *handbanner*, dan *flare*. Ada arti tersendiri, seperti

*flare* itu menunjukkan api semangat untuk tim. Hasil kreatifitas yang mereka tunjukan membuat beberapa laskar dari Slemania mulai mengikuti komunitas ini. Simpati dan mulai bertambahnya anggota Ultras PSS bukan tanpa akibat. Tepat pada pertandingan saat PSS Sleman melawan tim Persipasi Bekasi, pintu tribun selatan diboikot oleh pengurus Slemania. Boikot tersebut tidak membuat Ultras menyerah untuk tetap mendukung klub kesayangannya, hal ini ditunjukan dengan tetap membeli tiket, namun tidak masuk stadion dan hanya bernyanyi dari luar stadion. Ada beberapa anggota Ultras PSS yang sebagian tetap memutuskan masuk namun menonton di tribun timur.

Sikap tetap mendukung walaupun mendapat boikot, membuat Manajemen PSS Sleman mulai memperhatikan komunitas Ultras PSS. Manajemen PSS Sleman mulai merasa iba dan bersimpati kepada komunitas Ultras PSS. Mereka akhirnya memiliki inisiatif dengan melakukan pertemuan antara koordinator komunitas Ultras PSS dan Slemania. Hasil dari pertemuan tersebut memutuskan tribun selatan menjadi tempat resmi untuk komunitas Ultras PSS. Tepat pada 12 Februari 2012 berdirilah *Brigata Curva Sud* (BCS) yang berasal dari bahasa *Italy*, yang artinya penghuni tribun selatan. Penggunaan bahasa itu terinspirasi ideologi suporter Ultras Italia. Berbeda dengan Holigan, suporter yang kerap berulah menyerang pendukung tim lawan. Ultras, bermakna di luar kebiasaan, bertujuan mendukung tim pujaan dengan cara kreatif. Mereka bisa meneriakkan yel-yel, menyanyi, membuat koreografi, hingga atraksi teatrikal lain sepanjang pertandingan.

Ribuan suporter BCS yang mendukung saat PSS Sleman bertanding mampu memberi nuansa lain terhadap permainan tim. Sebuah dukungan melalui lagu-lagu bergema di stadion. Secara psikologis bagi para pemain PSS Sleman, dukungan suporter BCS membuat pemain lebih semangat bertanding dan berusaha menghibur pendukungnya. Namun bagi pihak lawan dukungan ini mampu membuat pemain lawan menjadi *down*. Yel-yel atau lagu-lagu BCS merupakan wujud kecintaan masyarakat Sleman dan sekitarnya terhadap sepakbola PSS Sleman. BCS merupakan suporter yang kreatif, atraktif, mandiri, dan sensasional dalam mendukung tim kesayangannya. Kelompok suporter BCS merupakan kumpulan sekelompok orang yang peduli dan gemar akan permainan sepakbola khususnya dalam memberi dukungan terhadap klub sepakbola PSS Sleman.

Sejak resmi berdiri BCS tak bisa dipungkiri adalah nafas baru yang membuat detak jantung PSS Sleman kembali berdenyut. PSS kala itu dilanda krisis *financial* yang membuat tim kebanggaan Sleman ini mulai meredup dan hampir padam. BCS datang bukan langsung menjadi seperti sekarang ini. Dimulai dari massa yang kecil namun mempunyai mimpi yang besar. Diremehkan pada awalnya oleh kebanyakan orang dengan tertawa melihat supporter tribun selatan yang hanya sedikit bernyanyi untuk tim yang sedang "bangkrut". Namun mereka tetap "Ora Muntir!" (tidak takut) karena sebuah mimpi mereka membangun PSS Sleman. BCS memang unik dan mempunyai ide ide kreatif yang segar mereka mulai mendapat hati dari berbagai masyarakat. Ada yang dari asli Sleman ada pula Mahasiswa perantauan yang bergabung dalam BCS. Ide baju hitam lengkap

dengan bandana dan bersepatu adalah atribut mereka. Bernyanyi lantang dan tidak menyanyikan lagu-lagu berbahasa kasar dan mengintimidasi lawan atau supporter lain bahkan wasit, hanya fokus bernyanyi untuk PSS Sleman. Selain itu cita cita mereka adalah memberi dukungan *financial* bagi PSS yang kala itu dimulai dari berjualan kaos.

BCS Sendiri juga beranggotakan kaum wanita yang cukup banyak yang tergabung dalam Ladies Curva Sud. Bukan hanya itu beberapa anggota mereka adalah warga negara asing yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta. Unikny mereka adalah kelompok besar yang tidak memiliki ketua karena mereka memiliki prinsip "*No leader just together*" kebersamaan adalah semangat dari BCS. Itulah yang menjadi bentuk edukasi yang ditanampak dari awal dibentuknya BCS bahwa setiap anggota BCS untuk menjaga perilaku nya. Salah satu wujud edukasi untuk anggota BCS ditunjukan dengan hanya ada satu banner besar saja yang terpasang disetiap pertandingan PSS Sleman yang bertuliskan "Brigata Curva Sud x PSS Sleman *Vinci Per Noi*" (Brigata Curva Sud for PSS Sleman menanglah untuk kami). Dulu, BCS, pernah ada satu orang yang ditunjuk menjadi semacam juru bicara BCS. Tapi lantaran pernyataan yang dikeluarkan sering tak tepat, akhirnya komunitas-komunitas di BCS sepakat menjadikan [Bcsxpss.com](http://Bcsxpss.com) sebagai kanal resmi informasi bagi publik. Alasan lainnya, BCS tak berpolitik dan menolak kultus individu. Dengan mengangkat satu orang sebagai presentasi kelompok, mereka khawatir massa rawan digunakan untuk kepentingan tertentu. Misalnya terkait dengan klaim pendukung oleh salah satu partai politik pengurus khawatir hal yang bisa dilakukan dengan 10 ribu orang yang solid.

BCS membagi daerahnya menjadi empat wilayah (*sezione*); barat, utara, timur, dan selatan. Masing-masing *sezione* itu bertugas layaknya koordinator wilayah. Mereka bertugas mengordinasi massa BCS saat akan mengikuti laga tandang ke luar kota atau mendistribusikan tiket pertandingan. Meski tak ada pemimpin, bukan berarti tak ada aturan. BCS menerapkan aturan ketat bagi anggotanya. Dari wajib bersepatu, dilarang meniup terompet, sampai harus berdiri sepanjang pertandingan. Suporter anggota BCS juga wajib membeli tiket pertandingan karena membeli tiket itu juga bagian dari dukungan pada tim.

Pertengahan Februari 2017 lalu, *Copa90*, sebuah situs digital pecinta bola dunia, menobatkan BCS sebagai suporter ultras terbaik di Asia. Tayangan videonya, berjudul “Top 5 Incredible Asian Ultras” yang diunggah di kanal Youtube pada 17 Februari 2017, kini telah ditonton ratusan ribu orang. BCS menempati urutan pertama. Pendukung Super Elang Jawa, julukan bagi PSS Sleman, itu berhasil menyisihkan empat suporter asal Jepang (*Urawa Boys*), Korea Selatan (*Frente Tricolor*), Malaysia (*Boys of Straits*), dan India (*Bangal Brigade*).

#### **4.1.2. Profil PSS Sleman**

Perserikatan Sepak bola Sleman biasa disingkat PSS merupakan sebuah tim sepak bola yang berbasis di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Tim yang didirikan pada 20 Mei 1976 ini merupakan salah satu tim sepak bola yang disegani di Indonesia dan memiliki julukan sebagai tim *Super Elang Jawa* atau *Super Elja*. Tim ini juga sering disebut dengan julukan *Laskar Sembada*. Mereka bermain di Divisi Utama dalam sebuah kompetisi sepak bola

Indonesia, Liga Indonesia. Prestasi tertinggi dalam kompetisi kasta tertinggi Liga Indonesia adalah dua tahun berturut-turut menempati empat besar pada Divisi Utama Liga Indonesia 2003 dan Divisi Utama Liga Indonesia 2004. Stadion utama mereka adalah Stadion Maguwoharjo, dan menggunakan Stadion Tridadi sebagai stadion kedua. PSS juga memiliki supporter fanatik yakni Slemania dan Brigata Curva Sud (BCS x PSS).

#### **4.1.3. Pola Komunikasi Supporter Brigata Curva Sud (BCS) Melalui Media Sosial *Twitter***

BCS sebagai salah satu kelompok supporter besar yang mendukung klub sepak bola PSS Sleman memiliki kurang lebih 300 komunitas yang beranggotakan ribuan orang. Jumlah anggota yang banyak membuat BCS menggunakan berbagai cara untuk melakukan komunikasi dengan komunitas dan anggotanya. Twitter menjadi salah satu media potensial dan aplikatif yang digunakan BCS karena twitter twitter merupakan media sosial yang menawarkan interaksi dua arah langsung. Twitter hanya membutuhkan sedikit waktu untuk mempublikasikan informasi tentang BCS dan PSS Sleman, pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan koordinator akun twitter @BCSxPSS\_1976 yang menyatakan bahwa,

“Kami berusaha mengenalkan tim PSS Sleman kepada supporter, memberikan informasi perkembangan tim PSS Sleman kepada khalayak salah satu caranya melalui media sosial khususnya media sosial twitter agar masyarakat luas dapat tertarik menyaksikan, mendukung dan turut berkontribusi untuk PSS Sleman. Informasi yang dibagikan biasanya tentang perkembangan tim, informasi untuk anggota, acara yang akan diselenggarakan serta sesuatu informasi yang bersifat segera untuk disebarluaskan.” (Wc.KT. 16April2017)

Twitter juga menghubungkan para pembacanya dengan tautan-tautan yang berisi berita penting, selain itu twitter juga bisa dihubungkan langsung ke media-media sosial lainnya seperti website dan youtube resmi BCS. Jumlah karakter yang terbatas sebanyak 140 karakter membuat para pembacanya tertarik untuk membaca dan menelusuri berita atau informasi. Twitter BCS memiliki nama akun Brigata Curva Sud atau @BCSxPSS\_1976. Akun twitter tersebut dibuat pada Desember 2011 dengan foto profil sebagai berikut,



**Gambar 4.1. Foto Profil Akun Twitter BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Media sosial twitter milik Supporter Brigata Curva Sud merupakan salah satu sumber informasi tentang BCS dan PSS Sleman yang dikelola langsung oleh salah satu koordinator Supporter Brigata Curva Sud. Semua informasi yang dipublikasikan dalam twitter tidak semuanya berasal dari inisiatif koordinator atau pengurus twitter BCS. Ada beberapa informasi yang sebelum dipublikasikan melalui media twitter merupakan informasinya yang berasal dari rapat antar

koordinator. Berdasarkan hal tersebut pola komunikasi Supporter Brigata Curva Sud (BCS) melalui media sosial twitter dibedakan menjadi dua yaitu (1) komunikasi antar koordinator komunitas dengan koordinator twitter BCS, dan (2) komunikasi antara koordinator twitter dan anggota BCS di twitter.

#### **4.1.3.1. Komunikasi antar Koordinator Komunitas dan Koordinator twitter BCS**

Koordinator merupakan tingkatan di atas komunitas. Koordinator adalah pengurus kelompok Supporter Brigata Curva Sud yang dalam kepengurusan berperan penting dalam berjalannya BCS. Koordinator juga menentukan peraturan/larangan yang diberikan kepada semua anggota komunitas BCS. Koordinator BCS tidak dipilih secara musyawarah ataupun melalui pemungutan suara melainkan terbentuk dengan sendirinya melalui kesukarelaan dari anggota BCS yang memiliki waktu dan aktif dalam berbagai kegiatan di secretariat BCS. Sejauh ini koordinator didominasi dari komunitas Ultras PSS dan sebagian kecil dari komunitas lain. Hal ini terjadi karena pada awal berdirinya BCS di pelopori dan dikelola oleh komunitas Ultras PSS sehingga komunitas lain memiliki kepercayaan penuh. Kepercayaan yang diberikan komunitas lain bukan tanpa alasan, karena totalitas dan loyalitas yang telah terbukti sejak BCS berdiri.

Koordinator memiliki peran penting untuk kelangsungan BCS seperti mendata komunitas yang berjumlah ratusan, menyampaikan aspirasi baik ide-ide *chant/yel*, membuat koreo yang baru atau belum pernah dilakukan sama sekali. Hal ini menjadi salah satu alasan koordinator dalam BCS memiliki peran penting yang bertugas memberikan arahan dalam berbagai hal, menjaga nama baik BCS,

hingga mengelola manajemen BCS. Manajemen BCS yang dikelola oleh koordinator berupa merchandise *curva sud shop*, *elja radio*, *curva sud mart*, *curva sud magazine*, *PSSstore*, dan *elja TV*. Terkait tugas koordinator untuk mengkoordinasi anggota dalam komunitas dilakukan dengan cara semua koordinator terlebih dulu saling berkomunikasi. Komunikasi antara koordinator BCS dan koordinator komunitas lain sering dilakukan. Koordinasi yang dilakukan antar koordinator berupa rapat kecil untuk membahas hal-hal tentang BCS maupun Tim PSS Sleman.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa untuk akun twitter @BCSxPSS\_1976 dikelola langsung oleh salah satu koordinator dari BCS. Tugas dari koordinator twitter adalah membagikan informasi penting terkait BCS dan PSS Sleman. Menurut koordinator akun twitter @BCSxPSS\_1976 ada dua jenis informasi yang dibagikan yaitu informasi yang bersifat *intermezzo* dan hasil forum yang rutin diadakan, pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara berikut ini,

“Sehubungan dengan mengemas informasi yang dibagikan di twitter biasanya saya membagikan mulai dari hal yang bersifat *intermezzo* lalu baru ke *point-point* yang dibagikan. Dalam mengelola media sosial twitter saya selaku admin twitter brigata *curva sud* biasanya membagikan informasi pada jam yang sekiranya *khalayak/follower* sedang mengakses media sosial twitter, informasi yang dibagikan biasanya dari hasil forum rutin yang diadakan, dari hasil pembahasan pada forum tersebut informasi yang sekiranya harus disebarluaskan akan saya bagikan di twitter agar anggota atau *follower* dapat menerima informasi hasil forum.” (Wc.KT. 16April2017)

Informasi hasil forum diperoleh dari rapat yang diadakan antar koordinator yang bertempat di sekretariat BCS atau ditempat lain yang telah ditentukan sebelumnya. Pada rapat yang diadakan antar koordinator secara garis besar

membahas tentang kemajuan atau perkembangan BCS dan PSS Sleman. Rapat merupakan titik tolak untuk melakukan sesuatu untuk kepentingan BCS dan PSS Sleman, pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan salah satu koordinator yang dituakan yang menyatakan bahwa,

“Dalam hal ini kami mengadakan forum rutin pada setiap bulannya, peserta forum yaitu koordinator komunitas yang tergabung dalam kelompok supporter brigata curva sud, yang bertujuan untuk memepererat tali silaturahmi antar anggota dan sebagai ajang sharing antar anggota sehingga terciptanya kekompakan serta keselarasan mendukung dan berkontribusi dalam mendukung tim.” (Wc.KK. 15April2017)

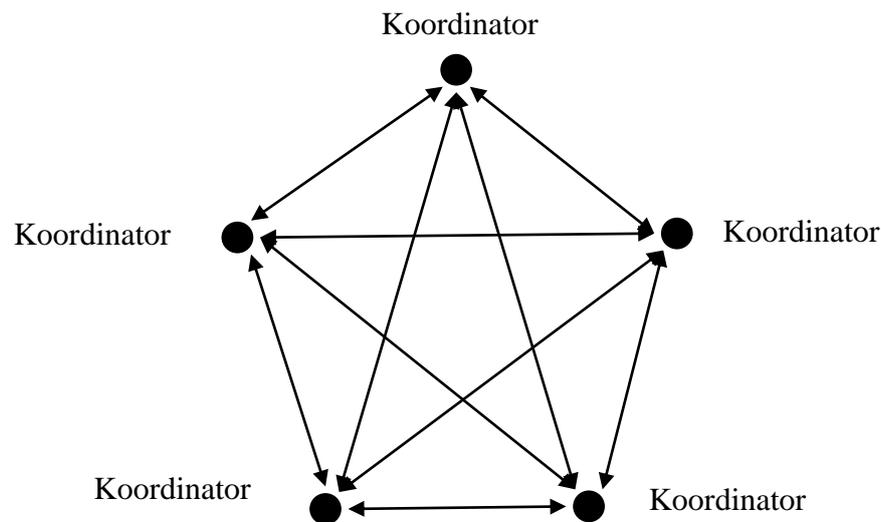
Baru-baru ini juga dilakukan forum untuk membahas keikutsertaan PSS sleman pada Liga 2 Indonesia 2017, yang diumumkan melalui postingan ditwitter seperti berikut ini.



**Gambar 4.2. Undangan Forum BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Berdasarkan gambar 4.2. forum BCS dilaksanakan pada 16 April 2017 dimulai jam 19.30 dan bertempat di Parkir Selatan MIS. Forum yang membahas tentang keikutsertaan PSS Sleman untuk Liga 2 Indonesia 2017 dihadiri oleh koordinator-koordinator dari berbagai komunitas BCS. Berdasarkan hasil pengamatan dari kegiatan forum tersebut diketahui bahwa tidak ada sosok ketua atau pemimpin, sehingga yang bertugas menjadi pemimpin untuk forum tersebut adalah koordinator yang dituakan dan disegani oleh koordinator lain yang dipandang cukup berumur, berpengalaman dan mengetahui berbagai hal tentang BCS dan PSS Sleman. Pada forum ini terjadi proses komunikasi dimana terjadi umpan balik salah satu koordinator yang dituakan sebagai mediator. Berbagai ide, masukan dan tanggapan disampaikan dengan baik dan komunikatif sehingga semua yang hadir ikut berpartisipasi untuk menyampaikan masukan.

Proses komunikasi antara koordinator ini mirip dengan pola komunikasi yang dijelaskan oleh De Vito (2011) yaitu pola komunikasi persamaan (*equality pattern*) dimana dijelaskan bahwa pola ini setiap koordinator membagi kesempatan komunikasi secara merata dan seimbang, peran yang dimainkan tiap orang adalah sama. Tiap koordinator dianggap sederajat dan setara kemampuannya, bebas mengemukakan ide-ide, opini, dan kepercayaan. Berdasarkan hal tersebut struktur pola komunikasi forum koordinator dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 4.3. Struktur Pola Komunikasi koordinator dengan Koordinator**  
(Sumber: Data Primer, 2017)

Hasil dari forum koordinator ini selanjutnya dikoordinasikan oleh koordinator komunitas kepada anggota komunitas dan koordinator twitter. Pada tahap ini peran koordinator twitter BCS mulai ikut berperan untuk menyampaikan hasil forum kepada anggota BCS lain yang mengikuti akun twitter @BCSxPSS\_1976.

#### **4.1.3.2. Komunikasi koordinator twitter dengan anggota melalui twitter BCS**

Pada forum komunikasi yang dijelaskan sebelumnya antar koordinator yang membahas keikutsertaan PSS Sleman untuk Liga 2 Indonesia 2017 yang dilakukan pada 16 April 2017 menghasilkan beberapa hal yaitu,

- a. Mengingatkan lagi karena ini sudah mulai Liga segala sesuatu yang dilarang regulasi kita hindari dulu, segala macam jenis kembang api, petasan, smoke bomb, dan flare tidak usah dibawa dulu.
- b. Untuk Komunitas Brigata Curva Sud silahkan memanfaatkan komunitas dan sezone untuk mengakses tiket, serta Curva Sud Shop terdekat. Sedangkan untuk independent silahkan memanfaatkan sisa dari komunitas.

Jika memang sudah tidak ada lagi tiket tribun selatan, silahkan masuk ke tribun timur. Mari kita biasakan untuk legowo bagi yang tidak mendapatkan tiket tribun selatan.

- c. Tiket tribun selatan kita utamakan untuk komunitas yang sudah tergabung di BCS. Pemesanan tiket untuk komunitas sudah bisa dilayani hari ini di sezone masing-masing, Aliansi Utara, Trah Wetan, Sektor 13, Northwest Warriors, Sleman Selatan, dan Brigser, serta di Curva Sud Cebongan dan Curva Sud Godean.
- d. Sesuai dengan hasil forum, untuk pertandingan pembukaan Liga 2 Indonesia 2017 tiket tribun selatan yang harganya 25 ribu akan kita naikkan menjadi 27 ribu untuk biaya koreo. Renacananya di tribun selatan tidak ada adik-adik LCS yang membawa kardus untuk iuran koreo karena akan dipindahkan di pintu masuk tribun merah dan biru. (bcspss.com)

Hasil forum ini kemudian dikomunikasikan bukan hanya oleh masing-masing koordinator kepada anggota tetapi juga disampaikan melalui twitter BCS oleh koordinator yang berwenang seperti dengan membagikan informasi tersebut lewat twitter dan ditautkan pada website resmi BCS untuk <http://bcspss.com/post/news/2017-04-17/hasil-forum-brigata-curva-sud-untuk-liga-2-indonesia-2017.html> seperti yang ditunjukkan melalui gambar berikut ini.



**Gambar 4.4. Informasi Hasil Forum Koordinator**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Berdasarkan hal tersebut diketahui pola komunikasi yang terjadi di dalam kelompok supporter BCS melalui media sosial twitter yaitu multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Pola komunikasi ini merupakan cara-cara berkomunikasi yang dilakukan oleh anggota maupun pengurus BCS melalui media sosial twitter. Cara tersebut sebagai upaya komunikasi selain komunikasi langsung bertatap muka antara anggota dan pengurus dalam menyampaikan berbagai pesan atau bagi anggota untuk mengetahui informasi terkait dengan PSS Sleman sebagai klub sepak bola yang

mereka dukung. Hal ini seperti yang disampaikan oleh salah satu pengikut twitter BCS dengan nama akun @davitikhwan bahwa,

“Respon saya terhadap twitter brigata curva sud sangat bermanfaat karena hal yang dibagikan sangat informatif dalam menyampaikan perkembangan PSS Sleman ataupun informasi dalam dunia supporter khususnya perkembangan kelompok brigata curva sud.”

Hal tersebut juga disampaikan oleh pengikut twitter BCS lain dengan nama akun @sakajogja bahwa,

“Menurut saya menguntungkan karena saya mendapatkan informasi terbaru secara cepat, mengetahui pergerakan apa yang dilakukan pada kelompok brigata curva sud.”

Hal serupa juga disampaikan oleh pengikut twitter BCS dengan nama akun @FuadKusnadi bahwa,

“Selain informasi tentang perkembangan tim, saya juga mendapatkan informasi tentang dunia supporter yang cukup luas khususnya kelompok supporter brigata curva sud.”

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa para pengikut twitter dari BCS dapat memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan baik tentang PSS Sleman maupun informasi atau kegiatan yang akan diadakan oleh BCS dan memperoleh respon langsung dari koordinator BCS. Seperti informasi tentang acara *Curva Sud Shop 5<sup>th</sup> Anniversary* yang akan diadakan pada Sabtu 18 Maret 2017 di Tlogo Putri Kaliurang. Hal tersebut seperti yang ditunjukkan oleh gambar berikut ini yang memperlihatkan komunikasi yang terjadi melalui twitter BCS.

**CURVA SUD SHOP 5TH ANNIVERSARY**  
**GATHERING BCS**  
*WHEN WE GET OLDER*

**TLOGO PUTRI KALIURANG**  
**SABTU 18 MARET 2017**  
**14.00 TILL DROP**

**PENDAFTARAN**  
**SEKRETARIAT BCS**  
**HTM. 15K**  
**PERWAKILAN KOMUNITAS BCS**  
**13 MARET 2017**  
**(15.00 - 22.00 WIB)**

BCS X PSS.COM, NSS, GOODS VAPE STORE

RETWEETS 184 LIKES 70

12:20 AM - 13 Mar 2017

7 184 70

**Brigata Curva Sud @BCSxPSS\_1976** · Mar 13  
 Replying to @BCSxPSS\_1976  
 HTM menjadi 15k karena sudah include dengan acara puncak.

2 77 40

**GAPRAK SQUAD 1976 @GaprakSquad1976** · Mar 13  
 snack aman po ra kui,engko diserang neh koyo gathering sing pertama kae 🍔

1 2

**..... @Children\_cs** · Mar 13  
 Replying to @BCSxPSS\_1976  
 mas harga tiketnya kok gak sama

**Gambar 4.5. Percakapan Koordinator Twitter dengan Anggota**  
 (Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Potongan percakapan dari Gambar 4.5. menunjukkan percakapan antara koordinator twitter BCS dengan anggota yang menanyakan terkait harga yang tidak sama. Pertanyaan tersebut kemudian dibalas oleh koordinator twitter BCS dengan menjelaskan bahwa HTM atau harga tiket masuk dengan acara puncak.

Tidak semua pertanyaan atau tanggapan di twitter dari anggota ditanggapi oleh koordinator, hanya pertanyaan yang paling banyak ditanyakan dan dan dijawab sekali untuk menjawab semuanya. Sama halnya dengan informasi yang dibagikan ditwitter oleh koordinator mendapat respon langsung oleh anggota atau sebaliknya, respon yang diberikan anggota juga tidak semuanya mendapat respon balik. Seperti informasi yang dibagikan koordinator twitter BCS berikut ini:



**Gambar 4. 6. Pesan Himbauan Kepada Anggota BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Gambar 4.6. berisi cara bagaimana mereka berinteraksi dimana ketika akan tiba hari pertandingan untuk PSS Sleman maka admin twitter BCS akan menyampaikan informasi berupa ajakan yang pada gambar 4.1. ajakan dan himbauan untuk tetap tertib. Twitt BCS tersebut direspon positif oleh pengikutnya dengan ikut berpesan untuk untuk menghormati pengguna jalan lain. Ini yang

membuat Maguwo dari yang sepi penonton hingga kini yang sesak penuh penonton. Keluarga pun menjadi nyaman datang ke stadion karena memang edukasi kedewasaan yang baik dari mereka mempengaruhi suasana di stadion. Chants tidak ada yang berbahasa kasar membuat anak-anak pun nyaman menghafalkan lagu-lagu BCS. Bahkan chants mereka menjadi edukasi yang baik karena berbahasa Italy, Inggris dan Indonesia membuat orang mau belajar bahasa. Kenapa tidak ada bahasa Jawa, karena itu sudah menjadi ciri khas Slemania, sehingga saat berada di stadion akan terasa suasana Eropa di tanah Jawa sungguh sangat mengasikan.

Selain himbauan ada beberapa informasi lain yang disampaikan pengurus BCS melalui twitter seperti untuk aksi pelemparan roll paper. Untuk beberapa aksi seperti ini pengurus merasa lebih efektif menyampaikannya melalui twitter karena jumlah supporter BCS yang tidak sedikit. Aksi tersebut disampaikan melalui Kulwit berikut ini



**Gambar 4. 7. Kultwit Aksi Pelemparan Roll Paper**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

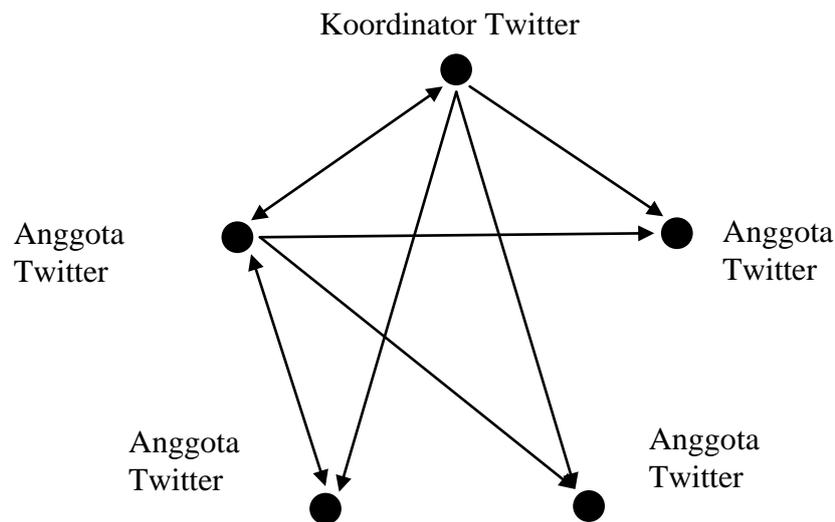
Secara keseluruhan kultwit untuk aksi pelemparan tisu gulung ada sebanyak 10 yaitu:

- 1) Roll paper adalah benda keras. Dari beberapa kasus sebelumnya banyak korban luka akibat salah sasaran pelemparan roll paper.

- 2) Pastikan arah pelemparan roll paper ke area yang aman dan jauh dari kerumunan massa.
- 3) Sebelum melakukan pelemparan roll paper, anda bisa sedikit menarik roll dan membukanya sebagian.
- 4) Jangan melempar roll paper dalam keadaan utuh, itu bisa membuat roll paper juga jatuh dengan posisi yang utuh. Buka dan tarik gulungannya.
- 5) Roll paper yang sudah dibuka sebagian, aman dilempar ke arah depan dan sedikit keatas. Seperti umpan lambung.
- 6) Usahakan arah lemparan menyebar. Tidak dalam satu titik lemparan yang sama.
- 7) Lihat situasi sebelum melempar. Pastikan diri anda aman untuk melempar ataupun tidak terkena lemparan roll paper lainnya.
- 8) Sesuai kesepakatan, roll paper akan dilemparkan saat FIFA/Liga anthem. Semua roll paper akan dihabiskan pada waktu itu.
- 9) Pelemparan roll paper akan dikomandokan oleh capotifo. Biasakan untuk memperhatikan komando, tanda dsb dari capotifo.
- 10) Mohon disebarakan kepada komunitas anda atau independent. Informasi ini terbilang penting mengingat beberapa aksi yang akan dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan kelompok supporter BCS melalui twitter jika dilihat dari karakteristik komunikasinya masuk kedalam kelompok sekunder, dimana kelompok sekunder bersifat dangkal atau hanya membahas bagian luar dan terbatas pada hal-hal tertentu saja. Lambang komunikasi ini pada

umumnya verbal dan sedikit sekali non verbal. Lebih lanjut Pola komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator yang menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi informasi semakin canggih. Berdasarkan hal tersebut struktur pola komunikasi koordinator twitter dengan anggota dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 4.8. Struktur Pola Komunikasi Koordinator dan Anggota**  
(Sumber: Data Primer, 2017)

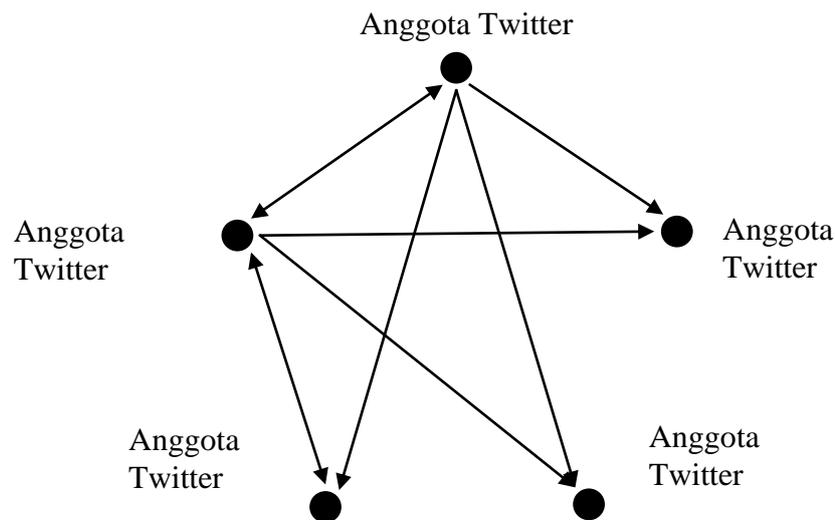
Berdasarkan Gambar 4.8. pola komunikasi antara koordinator dan anggota BCS dapat dijelaskan bahwa koordinator twitter hanya bertugas menampung ide, membagi informasi dan merespon pertanyaan maupun tanggapan. Hal ini ditunjukkan dengan anak panah yang menunjukkan satu arah dan dua arah. Anak panah satu arah menunjukkan bahwa koordinator twitter hanya memberikan

informasi kepada anggota tanpa perlu memberikan respon, sedangkan anak panah dua arah menunjukkan ada respon baik dari koordinator maupun dari anggota di twitter. Pada pola komunikasi ini semua anggota BCS di twitter mempunyai hak yang sama dalam berpendapat atau berkomunikasi melalui twitter.

#### **4.1.3.3. Komunikasi antar anggota BCS melalui twitter**

Komunikasi antar anggota BCS melalui twitter tidak jauh berbeda dengan pola komunikasi yang dilakukan oleh koordinator twitter dengan anggota BCS. bahwa proses komunikasi yang dilakukan kelompok supporter BCS melalui twitter jika dilihat dari karakteristik komunikasinya masuk kedalam kelompok sekunder, dimana kelompok skunder bersifat dangkal atau hanya membahas bagian luar dan terbatas pada hal-hal tertentu saja. Lambang komunikasi ini pada umumnya verbal dan sedikit sekali non verbal.

Komunikasi antar anggota BCS ini dapat terjadi melalui perantara atau tanpa koordinator BCS. Koordinator BCS selain memberikan informasi melalui twitter juga membagikan informasi dari anggota BCS lain melalui fasilitas retwitt. Koordinator BCS yang membagikan pesan dari anggota lain kemudian akan muncul di timeline atau beranda twitter milik anggota yang mengikut twitter BCS. Sedangkan komunikasi antar anggota BCS melalui twitter tanpa perantara koordinator twitter dapat terjadi jika sesama anggota saling mengikuti akun twitter anggota dan terlibat komunikasi yang membahas segala informasi terkait BCS dan PSS Sleman. Berdasarkan hal tersebut struktur pola komunikasi koordinator twitter dengan anggota dapat digambarkan sebagai berikut:



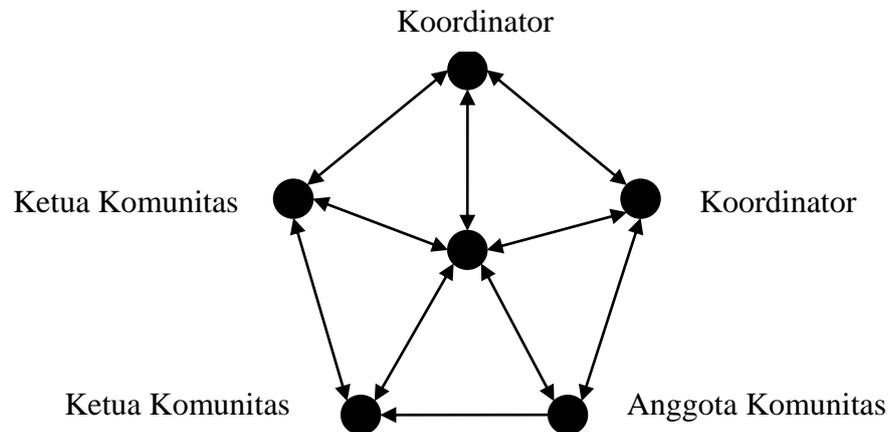
**Gambar 4.9. Struktur Pola Komunikasi Koordinator dan Anggota**  
(Sumber: Data Primer, 2017)

Berdasarkan Gambar 4.8. pola komunikasi antara anggota BCS dapat dijelaskan bahwa anggota hanya bertugas menampung ide, membagi informasi dan merespon pertanyaan maupun tanggapan. Hal ini ditunjukkan dengan anak panah yang menunjukkan satu arah dan dua arah. Anak panah satu arah menunjukkan bahwa anggota dapat memberikan informasi kepada anggota. Anggota berhak merespon yang ditujukan dengan anak panah dua arah, selain itu anggota berhak pula tidak memberikan respon yang ditujukan dengan satu mata anak panah. Pada pola komunikasi ini semua anggota BCS di twitter mempunyai hak yang sama dalam berpendapat atau berkomunikasi melalui twitter.

#### **4.1.3.4. Komunikasi Menyeluruh Supporter Brigata Curva Sud Melalui Media Sosial Twitter**

Pada penjelasan sebelumnya bahwa pola komunikasi Supporter BCS melalui media sosial twitter dibagi menjadi tiga yaitu: 1) komunikasi antar koordinator, 2) komunikasi koordinator twitter dan anggota, dan 3) komunikasi

antar anggota twitter. Berdasarkan hasil analisis pada ketiga pola komunikasi tersebut, untuk struktur pola komunikasi secara menyeluruh supporter BCS melalui twitter dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 4.10. Struktur Pola Komunikasi Menyeluruh Supporter BCS**  
(Sumber: Data Primer, 2017)

Bagi BCS setiap hasil dari sebuah forum, nantinya akan kembali diinformasikan atau disampaikan kembali melalui twitter. Hal ini dilakukan untuk mengingatkan kembali anggota yang tidak mengikuti forum. Sebuah informasi yang akan dihasilkan oleh sebuah forum secara keseluruhan dalam BCS membentuk sebuah siklus, dimana ide untuk mendukung dan mengapresiasi PSS Sleman dapat datang dari siapa saja. Baik koordinator, ketua komunitas, bahkan anggota dapat menyampaikan ide yang nantinya akan diproses dalam sebuah forum.

Berdasarkan gambar 4.10. struktur pola komunikasi menyeluruh supporter BCS dapat jelaskan bawah semua pihak memiliki kesempatan yang sama dalam berpendapat atau berkomunikasi di dalam forum maupun melalui media

komunikasi lain seperti twitter. Bila diperhatikan lebih detail yang tampak berbeda pada pola komunikasi tersebut adalah pada anggota komunitas. Dibandingkan dengan pola komunikasi antar koordinator dan ketua komunitas yang bersifat menyeluruh atau *all channel* yaitu koordinator dan ketua komunitas diminta memberikan pesan atau informasi sebagai bentuk komunikasi yang bersifat partisipatif. Sedangkan pada anggota tidak semua anggota aktif berpartisipasi aktif dalam berkomunikasi tidak jarang anggota lebih banyak menerima informasi daripada memberikan informasi.

#### **4.1.4. Bentuk Loyalitas Supporter Brigata Curva Sud pada Klub PSS Sleman**

Loyalitas adalah kualitas perasaan, dan perasaan tak selalu membutuhkan penjelasan rasional. Loyalitas merupakan sebuah harga mati dalam dunia persepakbolaan, khususnya para supporter. Supporter fanatik biasanya tidak peduli apapun yang menimpa klubnya. Memang tidak semua individu memiliki rasa loyal dalam suatu hal, terutama mendukung klub sepakbola. Peneliti menemukan bahwa pengikut twitter BCS memiliki kadar loyalitas tinggi. Dimana hal tersebut dapat kita lihat dari pernyataan pengikut twitter BCS dengan nama akun @davitikhwan bahwa,

“Informasi yang dibagikan dalam media sosial twitter brigata curva sud dalam kaitannya membangun loyalitas para anggota nya sangat membantu menambah semangat dalam mendukung dan berkontribusi untuk tim PSS Sleman, karena isi informasi yang dibagikan kepada khalayak atau anggota dominan memberikan sesuatu hal yang positif untuk kemajuan kelompok maupun tim.”

Pernyataan yang mendukung juga disampaikan oleh pengurus media sosial twitter BCS bahwa,

“Setelah menerima informasi dari twitter saya semakin paham dan mengerti tentang berbagai hal tentang tim pss sleman khusus nya tentang perkembangan tim dengan informasi yang saya dapatkan tersebut menambah semangat saya untuk terus mengikuti, mendukung tim pss sleman.”

Hal serupa juga disampaikan oleh pengurus BCS yang dituakan bahwa,

“Dalam hal membangun loyalitas pada setiap anggota, pada dasarnya kami memberikan propaganda melalui media sosial khusus nya media sosial twitter dengan harapan membangkitkan gairah dalam mendukung tim pada setiap anggota. Selain itu pada setiap forum rutin kami menekankan apa tujuan utama kelompok supporter brigata curva sud yaitu mendukung tim pss sleman.”

Hal yang sama juga peneliti temukan melalui twit yang ditulis oleh salah satu pengikut BCS di twitter dengan nama akun @daraPrisma yang ditandai oleh admin BCS sehingga muncul di beranda. Berikut bentuk dukungan melalui twitter sebagai bentuk loyalitas kepada PSS Sleman.



**Gambar 4.11. Twit Dukungan untuk PSS Sleman**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Twit yang ditulis oleh akun @daraPrisma tersebut telah di bagikan sebanyak 1.315 kali dan di sukai oleh 319 pengguna twitter lain. Twit tersebut berisikan dukungan ketika PSS menang pada suatu pertandingan maka supporter senang, jika hasil imbang maka supporter percaya, sedangkan jika kalah supporter tetap percaya karena akan tetap menjadi supporter PSS selamanya. Selain twit dari salah satu pengikut akun BCS dan supporter PSS sleman. Hal yang sama juga sering dilakukan oleh admin twitter BCS seperti twit berikut ini.



**Gambar 4.12. Twit Ungkapan Cinta Untuk PSS Sleman**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Twit tersebut ditulis oleh admin langsung dan telah dibagikan sebanyak 437 kali dan disukai oleh 115 pengikutnya. Twit yang berisi “Love u @PSSleman” juga mendapat respon atau balasan oleh salah satu pengikutnya dengan nama akun @HeruPenju yang membalas dengan tulisan “I lope u too

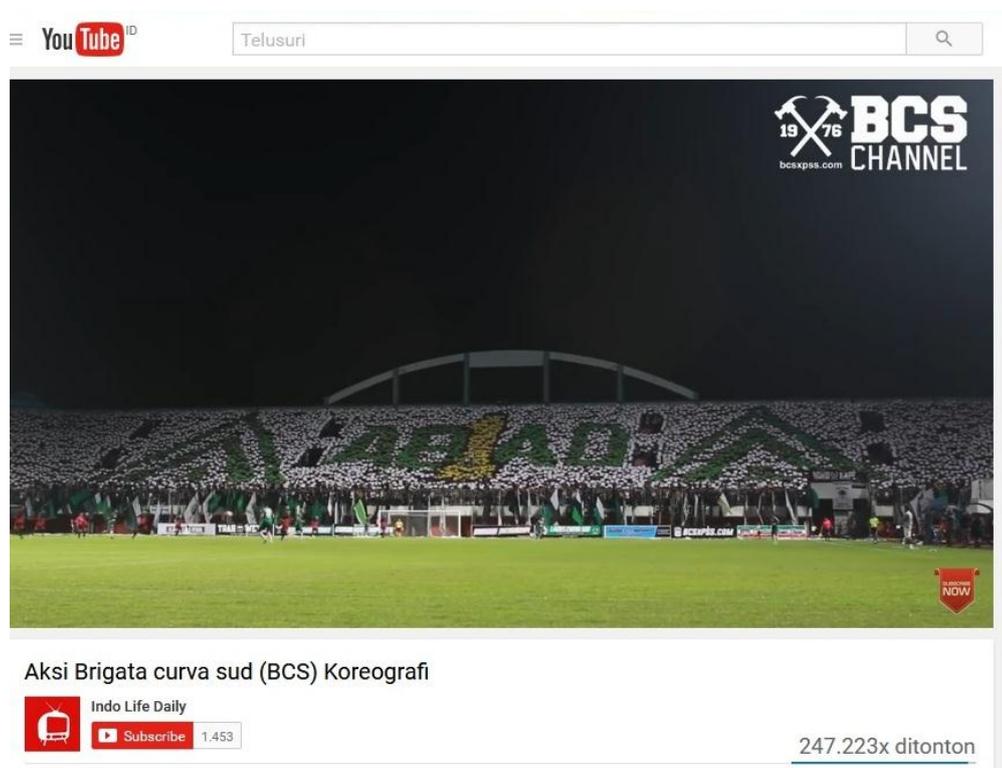
paman”. Selain ungkapan tersebut ada twit lain yang menunjukkan loyalitas BCS terhadap PSS Sleman yaitu.



**Gambar 4.13. Twit Gambar dari BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Pada twit tersebut tertulis kata-kata “*IF YOU GIVE US 90 MINUTES. WE’LL GIVE YOU A LIFE TIME*” yang artinya jika kamu member saya waktu 90 menit, kami akan memberikan waktu seumur hidup. Twit tersebut telah dibagikan sebanyak 468 kali dan disukai oleh 127 pengikut akun twitter BCS. Twit tersebut menunjukkan loyalitas yang akan diberikan supporter kepada klub dengan hanya meminta 90 menit yaitu waktu untuk setiap pertandingan sepak bola. Waktu tersebut akan supporter ganti dengan dukungan selamanya kepada klub PSS Sleman.

Selain dalam bentuk ungkapan kesetiaan pada klub PSS Sleman melalui twitter supporter dan BCS juga menunjukkan loyalitasnya dengan hal lain. Belakangan suporter yang lahir dari tribun selatan itu semakin solid dan berkembang. Hal yang wajib yang dilakukan oleh BCS adalah menintin dengan membeli tiket. Selain itu juga ada aksi distadion yang luar biasa salah satunya adalah koreo yang sudah menjadi ciri mereka. Berikut salah satu koreo yang dilakukan oleh BCS yang bertema peringatan satu abad Kabupaten Sleman yang diunggah di youtube dan ditautkan pada akun twitter BCS.



#### **Gambar 4. 14. Video Aksi Koreografi BCS**

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=04bqR3sXqR0>)

Bukan hanya dukungan dilapangan, mereka membangun mereka bahkan pernah menerbitkan Curva Sud Magazine. Mereka juga mendirikan Curva Sud Shop. Pada mulanya, usaha penjualan atribut dan aksesoris itu hanya bermodal

satu etalase. Kini, usaha itu berkembang menjadi empat gerai. Selain di Condongcatur sebagai pusat, ada tiga cabang lainnya; di Tempel, Cebongan, dan Godean. Bentuk Unit usaha untuk PSS Sleman dari mulai distro CSS Shop, CS Mart, CS Pegadaian (untuk membantu anggota yang kesulitan dana saat *away*) dan CS Magazine. Hasil royalti yang diperoleh Curva Sud Shop digunakan untuk mendukung klub seperti yang diinformasikan melalui twitter BCS sebagai berikut.



**Gambar 4.15. Twit Video Royalti Penjualan Merchandise Original BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Twit tersebut diibagikan akun BCS dari akun Curva Sud Shop 1976 terkait dengan hasil royalti penjualan merchandise original BCS musin ini yang diwujudkan dalam bentuk alat fitness dan alat fisioterali untuk kebutuhan tim. Twit tersebut dibagikan kembali sebanyak 1.368 dan disukai 601 pengikut akun

BCS. Twit tersebut juga mendapat banyak respon positif dari pengikutnya seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut ini.



**Gambar 4.16. Twit Balasan Hasil Royalti oleh pengikut BCS**  
(Sumber: [https://twitter.com/BCSxPSS\\_1976](https://twitter.com/BCSxPSS_1976))

Twit tersebut menunjukkan dukungan bahwa hasil royalti yang diperoleh dari penjualan merchandise asli yang mereka beli digunakan untuk mendukung kemajuan klub. Seperti twit yang disampaikan oleh akun @BerlinSleman yang menulis “bangga bisa membeli di took ini. kurangi ato sudahi po po yang tidak jelas royaltinya. mari berbelanja yang sudah disediakan”. Twit tersebut sebagai sebuah ajakan untuk mendukung klub kesayangan mereka yaitu PSS Sleman

dengan membeli semua merchandise ditoko yang royaltinya diberikan kepada klub bukan melalui penjual yang keuntungannya digunakan sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut loyalitas dipandang sebagai suatu sarana untuk mengikat sebuah kesetiaan, kepatuhan, dan ketaatan. Pengurus dan anggota kelompok supporter BCS menyatakan loyal terhadap kelompok. rasa loyal ini mereka tunjukan dengan selalu aktif mengikuti setiap pertandingan klub, kegiatan BCS, dan patuh untuk membeli merchandise asli.

#### **4.2. Pembahasan**

Setiap orang dalam sebuah kelompok memiliki cara yang berbeda dalam berkomunikasi. Karakter tersebut akhirnya memunculkan suatu pola komunikasi yang berbeda anatara kelompok yang satu dengan kelompok lainnya. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap, system, dan cara kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dapat dipandang sebagai bentuk (cara-cara) yang dipakai untuk berkomunikasi. Pola komunikasi adalah proses yang dirancanng untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematik dan logis (Effendy, 2003: 34).

Pola komunikasi yang terjadi didalam kelompok Supporter Brigata Curva Sud melalui media sosial twitter adalah pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Pola komunikasi ini merupakan cara-cara berkomunikasi yang dilakukan oleh anggota maupun pengurus Brigata Curva Sud melalui akun twitter Brigata Curva Sud atau

@BCSxPSS\_1976. Selanjutnya kelompok Supporter Brigata Curva Sud jika dilihat dari karakteristik komunikasinya seperti yang diungkapkan oleh Charles Horton Cooles (1909) dapat digolongkan menjadi kelompok sekunder, dimana kelompok sekunder bersifat dangkal (hanya menembus bagian luar dari kepribadian kita) dan terbatas (hanya berkenaan dengan hal-hal tertentu saja) lambang komunikasi pada umumnya verbal.

Lebih lanjut berdasarkan hasil penelitian dengan mengembangkan penelitian terdahulu dan struktur pola komunikasi organisasi De Vito dalam Cangara (2004) menemukan struktur pola komunikasi Supporter Brigata Curva Sud (BCS) melalui media sosial *twitter* yang berupa (1) koordinator komunitas dengan koordinator twitter, (2) koordinator twitter dengan anggota BCS, dan (3) antara anggota BCS. Terkait temuan ini menurut Nasrullah (2014) bahwa karakteristik komunikasi melalui internet berbeda dibanding media komunikasi tradisional. Salah satu karakteristik itu bersifat jejaring (*network*). Jejaring ini tidak hanya diartikan sebagai infrastruktur yang menghubungkan antar komputer dan perangkat keras lainnya namun juga menghubungkan antar individu. Interaksi merupakan konsep yang sering digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital dan media tradisional yang menggunakan analog teknologi media baru, seperti jaringan internet, pada dasarnya beroperasi dengan saling terhubung. Berbeda dengan media tradisional, keberadaan pengguna tidak hanya pasif menerima informasi tetapi juga aktif dalam memproduksi informasi. Pengguna juga tidak hanya menerima satu informasi sesuai dengan apa yang diproduksi oleh institusi media yang terkadang juga memuat informasi yang tidak sesuai dengan

keinginan pengguna tetapi pengguna bisa memilah informasi apa saja yang diinginkan dan dari sumber yang jumlahnya bisa dikatakan tidak terbatas. Komunikasi yang terjadi di media siber lebih banyak tergantung pada teks, baik teks dalam pengertian sesungguhnya maupun simbol, ikon, atau penanda lain yang mewakili maksud dari pesan. (Nasrullah, 2014).

Marc Smith (Nasrullah, 2014: 80) menuturkan beberapa aspek dalam komunikasi di dunia siber, seperti penjelasan berikut:

- a. komunikasi atau interaksi di dunia siber tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan antara pengguna media siber selagi fungsi interaksi melalui media siber itu masih ada.
- b. Pada media siber interaksi bisa dikondisikan sesuai dengan jadwal yang diinginkan oleh pengguna saat terkoneksi kedalam jaringan. Komunikasi bisa terjadi dalam kondisi ruang dan waktu yang sama dan bisa juga berbeda.
- c. Interaksi yang terjadi dalam dunia siber pada kenyataannya terjadi melalui medium teks. Teks dalam bentuknya yang beragam dan juga melibatkan simbol menjadi medium yang digunakan oleh pengguna dalam berkomunikasi.
- d. Interaksi yang terjadi tidak mensyaratkan adanya kesamaan seperti status atau tingkat pengetahuan.

Komunikasi supporter BCS melalui twitter juga membawa dampak positif bagi BCS dan PSS Sleman yaitu loyalitas. Loyalitas adalah kualitas perasaan, dan perasaan tak selalu membutuhkan penjelasan rasional. Loyalitas merupakan

sebuah harga mati dalam dunia persepakbolaan, khususnya para supporter. Supporter fanatik biasanya tidak peduli apapun yang menimpa klubnya. Memang tidak semua individu memiliki rasa loyal dalam suatu hal, terutama mendukung klub sepakbola. Peneliti menemukan bahwa pengikut twitter BCS memiliki kadar loyalitas tinggi. Loyalitas dipandang sebagai suatu sarana untuk mengikat sebuah kesetiaan, kepatuhan, dan ketaatan. Pengurus dan anggota kelompok supporter BCS menyatakan loyal terhadap kelompok. rasa loyal ini mereka tunjukkan dengan selalu aktif mengikuti setiap pertandingan klub, kegiatan BCS, dan patuh untuk membeli merchandise asli.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pola komunikasi yang terjadi di dalam kelompok supporter BCS melalui media sosial twitter multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Pola komunikasi ini merupakan cara-cara berkomunikasi yang dilakukan oleh anggota maupun pengurus BCS melalui media sosial twitter. Cara tersebut sebagai upaya komunikasi selain komunikasi langsung bertatap muka antara anggota dan pengurus dalam menyampaikan berbagai pesan atau bagi anggota untuk mengetahui informasi terkait dengan PSS Sleman sebagai klub sepak bola yang mereka dukung. Berdasarkan hasil penelitian Pola komunikasi yang terjadi di dalam kelompok supporter BCS melalui media sosial twitter dapat dikelompokkan menjadi empat pola berbeda.

Pertama, pola komunikasi antar koordinator komunitas dan koordinator twitter BCS. Proses komunikasi antara koordinator ini mirip dengan pola komunikasi yang dijelaskan oleh De Vito (2011) yaitu pola komunikasi persamaan (*equality pattern*) dimana dijelaskan bahwa pola ini setiap koordinator membagi kesempatan komunikasi secara merata dan seimbang, peran yang dimainkan tiap orang adalah sama. Tiap koordinator dianggap sederajat dan setara kemampuannya, bebas mengemukakan ide-ide, opini, dan kepercayaan.

Kedua, komunikasi koordinator twitter dengan anggota melalui twitter BCS. Pola komunikasi antara koordinator dan anggota BCS dapat dijelaskan

bahwa koordinator twitter hanya bertugas menampung ide, membagi informasi dan merespon pertanyaan maupun tanggapan. Koordinator twitter hanya memberikan informasi kepada anggota tanpa perlu memberikan respon, sedangkan anak panah dua arah menunjukkan ada respon baik dari koordinator maupun dari anggota di twitter. Pada pola komunikasi ini semua anggota BCS di twitter mempunyai hak yang sama dalam berpendapat atau berkomunikasi melalui twitter.

Ketiga, komunikasi antar anggota BCS melalui twitter. Pola komunikasi antara anggota BCS dapat dijelaskan bahwa anggota hanya bertugas menampung ide, membagi informasi dan merespon pertanyaan maupun tanggapan. Anggota berhak merespon, selain itu anggota berhak pula tidak memberikan respon. Pada pola komunikasi ini semua anggota BCS di twitter mempunyai hak yang sama dalam berpendapat atau berkomunikasi melalui twitter.

Terakhir, komunikasi menyeluruh Supporter Brigata Curva sud melalui media sosial twitter. Bagi BCS setiap hasil dari sebuah forum, nantinya akan kembali diinformasikan atau disampiakan kembali melalui twitter. Hal ini dilakukan untuk mengingatkan kembali anggota yang tidak mengikuti forum. Sebuah informasi yang akan dihasilkan oleh sebuah forum secara keseluruhan dalam BCS membentuk sebuah siklus, dimana ide untuk mendukung dan mengapresiasi PSS Sleman dapat datang dari siapa saja. Baik koordinator, ketua komunitas, bahkan anggota dapat menyampaikan ide yang nantinya akan diproses dalam sebuah forum. Berdasarkan hal tersebut pola komunikasi menyeluruh supporter BCS dapat jelaskan bawah semua pihak memiliki kesempatan yang

sama dalam berpendapat atau berkomunikasi di dalam forum maupun melalui media komunikasi lain seperti twitter. Bila diperhatikan lebih detail yang tampak berbeda pada pola komunikasi tersebut adalah pada anggota komunitas. Dibandingkan dengan pola komunikasi antar koordinator dan ketua komunitas yang bersifat menyeluruh atau *all channel* yaitu koordinator dan ketua komunitas diminta memberikan pesan atau informasi sebagai bentuk komunikasi yang bersifat partisipatif. Sedangkan pada anggota tidak semua anggota aktif berpartisipasi aktif dalam berkomunikasi tidak jarang anggota lebih banyak menerima informasi daripada memberikan informasi.

Terkait dengan loyalitas, bagi BCS loyalitas dipandang sebagai suatu sarana untuk mengikat sebuah kesetiaan, kepatuhan, dan ketaatan. Pengurus dan anggota kelompok supporter BCS menyatakan loyal terhadap kelompok. rasa loyal ini mereka tunjukkan dengan selalu aktif mengikuti setiap pertandingan klub, kegiatan BCS, dan patuh untuk membeli merchandise asli.

## **5.2. Saran**

- 1) BCS perlu memiliki media sosial lain selain twitter sebagai cara memastikan semua pesan tersampaikan kepada supporter, karena tidak semua supporter PSS Sleman terutama anggota BCS aktif dalam twitter maupun dalam kepengurusan. Pengurus dapat menggunakan media sosial lain yang memiliki fasilitas pemberitahuan secara personal kepada anggota.

- 2) BCS perlu memberikan edukasi yang lebih spesifik kepada supporter tentang pentingnya membeli merchandise asli sebagai bentuk loyalitas dan dukungan kepada PSS Sleman untuk terus berprestasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, H. (2004). Pengantar ilmu Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Denny, R. (2006). Communicate to Win. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djamarah, B. (2004). Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Griffin, J. (2003). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan. Jakarta: Airlangga.
- Joewono, H. F. (2002). Pokok-Pokok Pikiran Kepemimpinana Abad 21. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kurniawan, S. (2005). Pengantar Manajemen. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lensufiie, T. (2010). Leadership untuk Professional dan Mahasiswa. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, A. (2009). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2009). Komunikasi Organisasi. Bandung: Rosda Karya.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Tampubolon, P. M. (2004). Manajemen Operasional edisi pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Usman, H. (2010). Manajemen edisi 3. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wayne, P. R., & Don, F. F. (2002). Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- West, M. (1998). Kerjasama Kelompok yang Efektif. Yogyakarta: Kanisius.
- Wiryanto. (2006). Teori Komunikasi Massa 3rd edition. Jakarta: PT. Grasindo.