

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sepak bola adalah olahraga yang sangat disukai di seluruh dunia. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, sepak bola semakin populer, menarik banyak penggemar baru. Sejak abad ke-2 dan ke-3 sebelum Masehi, sepak bola sudah ada di Cina pada masa Dinasti Han. Masyarakat menggiring bola kulit dengan menendangnya ke jaring kecil. Permainan serupa juga dimainkan di Jepang dengan nama *Kemari*, di Yunani dengan nama *Harpastum*, dan di Romawi dengan nama *Epyskiros* (Lucky & Setyowati, 2013).

Hampir di setiap negara, sepak bola adalah jenis olahraga yang paling disukai dan diminati oleh semua bagian masyarakat. Sebaliknya, sepak bola telah menjadi salah satu cara bagi sebuah negara untuk menonjol di mata dunia, dan tidak jarang setiap negara berusaha untuk memajukan dan menjadikan sepak bola nasionalnya yang terbaik. Sepak bola adalah permainan di mana pemain menyepak bola untuk memasukkan bola ke gawang lawan sambil mempertahankan gawang agar bola tidak masuk. FIFA (*Federation International De Football Association*) yang berbasis di Zurich, Swiss adalah lembaga tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi pertandingan sepak bola. Untuk memenuhi tugasnya, FIFA membuat aturan yang mengatur semua aspek sepak bola, termasuk mekanisme pertandingan, peraturan kompetisi, masalah, dan penyelesaian masalah. Itu semua dilakukan untuk mewujudkan sepak bola yang adil (*Fair Play*) (Subandi & Indawati, 2019).

Kini, Sepak bola menjadikan sebagai cabang olahraga terfavorit di seluruh penjuru dunia dan diberbagai banyak kalangan dari mulai anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia baik dalam bermain sepak bola maupun menyaksikannya secara langsung di lapangan atau di layar kaca. Selain itu, sepak bola juga disukai oleh seluruh lapisan masyarakat dari mulai daerah terpencil hingga kanca Internasional. Tidak hanya itu, sepak bola dan suporter merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan. Dimana ada sepak bola disitu ada suporter. Sepak bola telah mengubah pikiran normal menjadi suatu bentuk kegilaan. Tidak memandang tua, muda maupun anak-anak, kecintaan mereka terhadap klub yang dibelanya telah menjadikan bukti kesetiaan mereka terhadap klub yang dicintainya. Selain itu, sepak bola juga menjadi sebuah fanatisme dimana hal tersebut terbentuklah

sebuah loyalitas dari berbagai kelompok suporter tertentu termasuk di Indonesia misalnya Bobotoh (Persib Bandung), Bonek (Persebaya Surabaya), Aremania (Arema FC) dan Jakmania (Persija Jakarta) yang merupakan nama kelompok suporter klub sepak bola Indonesia. Atau kelompok suporter sepak bola Eropa yang berbasis di Indonesia seperti Penya Barcelonista Indobarça (FC Barcelona), CISC (Chelsea), Madridista (Real Madrid), United Indonesia (Manchester United), Big Reds Indonesia (Liverpool), AIS (Arsenal), MCSC Indonesia (Manchester City) dan masih banyak yang lainnya (Saputra, 2016).

Loyalitas didefinisikan sebagai setia pada sesuatu dengan cinta, sehingga seseorang yang sangat loyal merasa tidak perlu mendapatkan imbalan untuk melakukan sesuatu untuk orang lain atau organisasi yang dia cintai. Loyalitas juga dapat didefinisikan sebagai kesediaan untuk melindungi dan menyelamatkan tubuh dan perasaan seseorang. Loyalitas juga dapat didefinisikan sebagai tekad dan kesanggupan untuk menaati, melakukan, dan melakukan apa yang diminta dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Dewi, 2020).

Secara harfiah, 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 (MEGANTORO, 2017).

Suporter adalah salah satu elemen terpenting dalam dunia sepak bola dan juga menjadikannya sebagai salah satu olahraga yang membutuhkan suporter serta sumber pendapatan. Suporter merupakan sebuah kelompok amnesia yang tergabung dalam sebuah pemikiran dan kesamaan pada sebuah hal. Menurut Chols, kata suporter, berasal dari kata kerja (verb) dalam bahasa Inggris *to support* dan akhiran (*suffict*) *-er*. *To support* artinya mendukung, sedangkan akhiran *-er* menunjukkan pelaku. Suporter dapat diartikan sebagai orang yang memberikan suporter atau dukungan (Saputra, 2016). Suporter yang cerdas adalah supporter yang sportif tidak anarkis, tidak lugu, punya pengetahuan dan kepedulian terhadap tim nya. Tingkah pola suporter pun bermacam-macam. Suporter yang baik adalah supporter yang selalu memberi masukan sebagai bentuk perhatian. Suporter yang selalu memberikan apresiasi bila tim nya bermain bagus (Gabe, 2017).

Namun, hingga saat ini masih ada ulah suporter yang melakukan tindakan anarkis seperti kerusuhan, bentrokan, perkelahian dan masih banyak lagi tindakan lainnya. Tindakan tersebut sering terjadi di Indonesia baik di dalam maupun di luar lapangan pada saat pertandingan berlangsung karena panasnya hubungan rivalitas klub-klub sepak bola di Indonesia dari mulai suporter klub Liga 1, Liga 2 atau bahkan Liga 3 yang sering membuat kerusuhan disetiap pertandingan baik dengan sesama suporter dan bahkan dengan perangkat pertandingan sepak bola. Memang hal tersebut tidak bisa dipungkiri bahwa sulitnya menghindari gesekan-gesekan antar suporter.



Gambar 1.1 Basecamp IndoBarça Chapter Jogja

Biasanya, para suporter berkumpul dalam suatu *fandom* dimana yang disetiap pertandingannya selalu memberikan dukungan terhadap klub kebanggaannya. Bahkan, fans atau suporter selalu melakukan banyak hal untuk tim kebanggaannya misalnya menyaksikan pertandingan baik itu secara langsung maupun di layar kaca, atau klub kebanggaannya sedang melakukan *tour* ke negara lain hingga *fandom* tersebut melakukan sebuah kegiatan berupa penyambutan tim di bandara dan disambut dengan sukacita hingga mengikuti kegiatan tim kebanggaannya di negara yang dikunjungi oleh klub tersebut. Selain itu, mereka juga memiliki atribut untuk menandakan sebuah identitas dan sebagai tanda kecintaannya terhadap klub tersebut hingga mereka mengeluarkan banyak uang untuk memiliki atribut berupa pernak-pernik klub kebanggaannya seperti jersey, syal, bendera, stiker, poster, tas, peralatan makan+minum dan masih banyak lagi atribut yang bertemakan klub kebanggaannya. Seperti gambar yang diatas adalah contoh dimana satu ruangan isinya serba-serbi klub kebanggaan dari mulai tembok ruangan dengan memakai *wallpaper* yang bertemakan nama klub hingga lambang klub dipajang di ruangan tersebut. Dengan hal ini, menjadikannya sebagai bentuk loyalitas tinggi seseorang terhadap klub yang dicintainya.

Komunikasi menjadi salah satu kunci berkembangnya sebuah komunitas salah satunya adalah komunikasi kelompok. Menurut Pandjaitan (2010: 86) Komunikasi kelompok adalah komunikasi dalam sekelompok kecil orang dengan tujuan antara lain untuk berbagi informasi, membantu mengembangkan gagasan bahkan membantu untuk memecahkan masalah, baik dilakukan secara formal maupun tidak formal.

Banyak sekali kelompok – kelompok suporter telah terbentuk di belahan dunia. Setiap klub memiliki banyak kelompok suporter sendiri misalnya di Indonesia ada salah satu klub Eropa yang memiliki jumlah member kelompok terbesar yaitu FC Barcelona yang menamakan kelompok suporternya dengan nama Barcelonista. Kemudian, di Indonesia ada salah satu nama komunitas pendukung FC Barcelona yaitu IndoBarça. Seperti komunitas fans club tim Eropa lainnya, komunitas IndoBarça jadi ajang silaturahmi sesama penggemar FC Barcelona yang ada di Indonesia. INDOBARÇA muncul ke tengah-tengah komunitas fans klub sepak bola di Indonesia menjadi wadah pelepas dahaga untuk seluruh penggemar atau fans FC Barcelona di Indonesia. Saat itu, walaupun Barça telah dikenal luas oleh rakyat Indonesia akan tetapi belum ada komunitas fans khusus yang bisa menampung aspirasi para penggemar FC Barcelona di seluruh Tanah air. Embrio terbentuknya IndoBarça berawal dari grup milis yang bernama Indobarçamania@yahoo.com pada medio tahun 2002. Milis tersebut awalnya hanya berbagi info dan berita seputar FC Barcelona, dengan kata lain belum ada aktifitas secara offline untuk bertransformasi menjadi suatu fans klub. Karena hanya bertemu didunia maya, milis tersebut sempat vakum cukup lama karena kesibukan para anggotanya. Pada tahun 2008, enam anggota milis, yaitu: Kiki (Jakarta), Sony (Jakarta), Tray (Jakarta), Indah (Jakarta), Amel (Bandung), dan Anggoro (Yogyakarta) kembali melakukan komunikasi satu sama lain. Uniknya, mereka berkumpul kembali justru dilakukan ketika prestasi Barça sedang terpuruk dalam rentan waktu musim 2007-2008. Namun, hal itu tidak menyurutkan enam anak muda tersebut untuk berkumpul dan kembali berdiskusi tentang FC Barcelona. Momen ini merupakan cikal bakal pondasi terbentuknya IndoBarça. Pertemuan diantara para anggota milis tersebut terus berlangsung secara intensif sehingga muncul berbagai aktifitas secara *offline* dalam bentuk kegiatan. Hal ini ditandai dengan mulai diadakannya kegiatan nonton bareng pertandingan Barça, serta futsal yang bertujuan mencari teman yang sama-sama menyukai Barça. Seiring berjalannya waktu, keinginan untuk memperjelas status menjadi fans klub ini muncul dan tepat pada tanggal

23 Mei 2009 dengan bertempat di Hanggar Futsal IBM Jakarta, secara resmi IndoBarça resmi berdiri dan diperkenalkan ke publik sebagai fans klub FC Barcelona di Indonesia. Acara tersebut pun turut mengundang berbagai fans klub tim sepak bola lain di Indonesia serta media-media olahraga. Selain itu, acara ini juga dihadiri oleh beberapa pengamat sepak bola Indonesia seperti Justinus Lhaksana (Coach Justin), Tommy Welly (Bung Towel) dan sebagainya (Novia & Marvin, 2013: 169).

Dari sekian banyaknya fans di seluruh Indonesia, milis ini akhirnya mulai membentuk milis antar wilayah di Indonesia yang bertujuan agar semakin dekat dengan sesama fans tersebut dalam satu wilayah. Misalnya, di Yogyakarta pada tahun 2009 mereka mendirikan sebuah milis yang bernama IndoBarça Chapter Jogja dimana milis tersebut didirikan yang bertujuan untuk mengkoneksikan seluruh fans klub FC Barcelona yang ada di Yogyakarta dan terhubung ke dalam satu milis tersebut. Sampai saat ini, milis tersebut masih berdiri di Yogyakarta dan sudah memasuki periode ketiga dan tahun ke-14. IndoBarça Chapter Jogja sendiri mulai berdiri pada tanggal 28 April 2009 (14 Tahun yang lalu) pada saat itu mereka mengadakan pertemuan dengan beberapa fans FC Barcelona di salah satu kafe dan menggelar acara nonton bareng pertama antara pertandingan Chelsea FC VS FC Barcelona dalam semifinal UEFA Champions League 2009. Hingga akhirnya IndoBarça Chapter Jogja mulai terbentuk dan dikenal oleh seluruh pecinta FC Barcelona yang berada di seluruh Yogyakarta.



Gambar 1.2 Aktivitas Nonton Bareng El Clasico

IndoBarça Chapter Jogja kini menjadi sebuah wadah perkumpulan untuk para fans FC Barcelona di Yogyakarta. Kemudian, kegiatan-kegiatan yang sering diadakan oleh IndoBarça adalah Nonton Bareng alias “Nobar” pertandingan FC Barcelona baik pertandingan liga spanyol, liga champions maupun pertandingan FC Barcelona lainnya. Kegiatan ini memang lah hal yang

sangat lumrah bagi para pecinta sepak bola di tanah air tetapi bagi komunitas suporter kegiatan ini adalah sebagai langkah awal bagi para fans untuk mencari teman+keluarga baru dan mempererat tali silaturahmi dengan sesama fans FC Barcelona. Biasanya, kegiatan nobar bersifat umum dan dapat dihadiri oleh siapa saja baik yang member maupun non-member atau bahkan sering kolaborasi dengan komunitas klub lainnya. Contohnya seperti di pertandingan El Clasico antara Real Madrid VS FC Barcelona mereka berkolaborasi dengan PRMI Jogja (Fans Real Madrid) atau contoh pertandingan lainnya seperti pertandingan FC Barcelona VS Inter Milan mereka berkolaborasi dengan ICI Jogja (Fans Inter Milan) dan seterusnya. Selain kolaborasi dengan fans klub lainnya, kegiatan nobar ini sering bekerja sama dengan portal berita olahraga ternama di Indonesia yang bertujuan untuk menambah euforia penonton dalam memeriahkan acara nobar berlangsung.



Gambar 1.3 Aktivitas Fun Futsal IndoBarça Chapter Jogja

Selain aktivitas nobar, IndoBarça Chapter Jogja juga punya kegiatan lainnya yang bertujuan agar eksistensi IndoBarça Chapter Jogja tertanam dengan rasa kekeluargaan serta menguatkan loyalitas seperti Gathering Nasional/Chapter, fun futsal/football, bakti sosial untuk masyarakat, munas (musyawarah nasional), muschap (musyawarah chapter), *Merchandising* dan aktivitas lainnya. Gambar diatas merupakan contoh aktivitas yang dilakukan oleh IndoBarça Chapter Jogja salah satunya adalah aktivitas fun futsal. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas rutin yang dilakukan oleh IndoBarça Chapter Jogja setiap hari jum'at malam dan dibuka untuk umum baik yang member maupun non-member. Hal ini membuktikan bahwa IndoBarça Chapter Jogja merupakan komunitas yang memiliki praktik yang sangat terasa dan banyak hal positif baik internal maupun eksternal melalui aktivitas yang mereka lakukan terhadap masyarakat sekitar. Dan

ini menjadi contoh sebagai komunitas yang ramah, aman, tentram, kreatif serta positif di mata masyarakat. Aktivitas-aktivitas tersebut lahir berkat pola komunikasi yang dilakukan oleh IndoBarça Chapter Jogja yaitu bersifat komunikasi horizontal (sejajar) karena kesetaraan antara ketua beserta jajaran anggota pengurus IndoBarça Chapter Jogja.

Hingga saat ini, jumlah anggota yang masih aktif di komunitas IndoBarça Chapter Jogja mencapai kurang lebih sekitar 200 orang dan masih di dominasi oleh para kaum adam. Tetapi, IndoBarça Chapter Jogja juga membentuk kelompok khusus kaum hawa yang bernama *Barça Angels*. Dimana komunitas tersebut merupakan kelompok yang berada dibawah naungan IndoBarça Chapter Jogja serta aktivitas mereka pun tidak jauh berbeda dengan aktivitas yang dilakukan oleh kelompok kaum adam. Selain itu, anggota IndoBarça Chapter Jogja tidak hanya diisi oleh orang Yogyakarta asli melainkan orang luar Yogyakarta pun turut ikut serta menjadi bagian dari IndoBarça Chapter Jogja diantaranya ada yang berasal dari Jambi, Lampung, Palembang, Jabodetabek, Bandung, Majalengka, Tasikmalaya, Ciamis, Cilacap, Pemalang, Semarang, Surabaya, Sampit, Sulawesi bahkan sampai tanah Papua. Singkatnya, 90% anggota berasal dari luar Yogyakarta sedangkan anggota yang dari Yogyakarta hanya 10% baik itu sebagai mahasiswa/i maupun sebagai pekerja tetapi mayoritas yang berasal dari luar Yogyakarta adalah sebagai mahasiswa/i. Dahulu, mereka berdiskusi dan bergabung bersama IndoBarça Chapter Jogja melalui milis yang tertera di paragraf sebelumnya yang bertujuan untuk saling berbagi informasi seputar FC Barcelona dan mengenal satu sama lain. Tetapi, semenjak media sosial mulai bertebaran dimana-mana, milis tersebut sudah tidak aktif dan sekarang IndoBarça Jogja lebih menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun komunikasi kelompok misalnya Whatsapps sebagai ranah diskusi dengan sesama anggota IndoBarça Chapter Jogja baik untuk member maupun non-member, sedangkan media sosial lainnya yang dimiliki oleh IndoBarça Jogja seperti Facebook, Twitter dan Instagram sebagai sarana untuk membagikan informasi lebih lanjut seperti info open membership, dokumentasi kegiatan IndoBarça Chapter Jogja dan sebagainya.

Merujuk atas fenomena suporter dalam suatu kelompok yang telah dianggap negatif oleh masyarakat awam, yang belum banyak tahu tentang bagaimana regulasi atas sebuah kelompok suporter. IndoBarça Chapter Jogja muncul sebagai kelompok suporter atau suatu wadah koordinasi dan kontroling atas seluruh suporter FC Barcelona khususnya. *Judgement* masyarakat atas perilaku

negatif para suporter selanjutnya berusaha ditampik oleh Indo Barça melalui banyak hal termasuk pada kegiatan sosial yang bertajuk *charity*.

Selain itu, aktivitas komunikasi yang dijalankan oleh para anggota IndoBarça Chapter Jogja adalah mereka menggunakan Whatsapps sebagai sarana berkomunikasi/berdiskusi dengan para member IndoBarça Chapter Jogja. Terkadang, pada saat member IndoBarça Chapter Jogja berkomunikasi dengan sesama member bermacam-macam ada yang biasa saja dan ada juga yang nyaman tetapi berbeda dengan pengurus IndoBarça Chapter Jogja mereka lebih intens pada saat berkomunikasi dengan para member karena hal tersebut menyangkut pada kepengurusan komunitas itu sendiri. Kemudian, tugas lain dari pengurus adalah merangkul anggota tersebut agar bisa saling mengenal satu sama lain dengan cara menunjukkan ekspresi ramah dan akrab terhadap para member. Dengan hal tersebut membuatnya berhasil mencuri perhatian para member baru untuk bersikap *welcome* dan terbuka. Selain itu, Bahasa yang digunakan sehari-hari oleh pengurus maupun member IndoBarça Chapter Jogja yaitu Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia karena mengingat bahwa hampir seluruh pengurus dan member IndoBarça Chapter Jogja berasal dari luar Yogyakarta. Dengan hal ini, agar pengurus bisa menyampaikan pesan tersebut kepada para membernya dengan jelas dan baik serta mudah dipahami. Kemudian, dalam Bahasa sehari-hari yang dilakukan oleh IndoBarça Chapter Jogja ada banyak istilah-istilah “nyeleneh” yang keluar dari mulut para member misalnya nobar, munas, muschap, gathnas dan sebagainya. Dan ada juga istilah-istilah/kata-kata yang berasal dari Bahasa Spanyol/Catalan yang mungkin terdengar asing di telinga para kaum awam juga sering disebut oleh para member IndoBarça Chapter Jogja seperti *Benvingut, Cules/Culer, Hola, Vamos, Bon Dia, Força, Visça, Gracias, Un Dia De Partit, Bona Tarda* dan sebagainya. Istilah tersebut memang terdengar asing bagi orang diluar sana tetapi bagi para member tidak asing lagi dengan istilah/kata ini karena sudah terbiasa dengan menyebut istilah/kata tersebut. Dengan demikian, meskipun mereka mengerti dengan istilah-istilah yang diucapkan tetapi mereka tetap menggunakan Bahasa yang baik dan benar saat berkomunikasi dengan para member supaya nyaman dan mudah dimengerti.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti pola komunikasi yang telah dibentuk oleh komunitas suporter IndoBarça Chapter Jogja secara lebih lanjut terkait pola komunikasi komunitas suporter FC Barcelona Indonesia dalam menjaga loyalitas serta peneliti akan menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan

dan Taylor (dalam Pawito 2010:84) metode penelitian kualitatif dikatakan sebagai prosedur-prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang dituliskan atau diucapkan orang serta perilaku-perilaku yang dapat diamati. Untuk lebih spesifik dalam pengumpulan data peneliti akan melakukan observasi dan wawancara secara langsung terhadap narasumber sebagai objek penelitian untuk dapat mengetahui dan memaparkan bagaimana pola komunikasi komunitas suporter IndoBarça Chapter Jogja.

Berikut adalah perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti:

1. Pola Komunikasi Organisasi Suporter Sepak bola (Studi Fenomenologi Suporter Sepak bola Arsenal Indonesia Regional Jakarta). Pada penelitian ini memiliki persamaan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengangkat tema Pola Komunikasi Komunitas Suporter Klub Sepak bola Eropa yang berbasis di Indonesia. Lalu, pada penelitian ini memiliki perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu Penelitian terdahulu berfokus pada komunikasi organisasi, studi fenomenologi dan objek penelitian nya yaitu Arsenal Indonesia Regional Jakarta. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah berfokus pada komunikasi kelompok, studi kasus dan objek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah IndoBarça Chapter Jogja.
2. Pola Komunikasi Anggota Komunitas Fans Manchester United Dalam Mempertahankan Solidaritas (Studi Etnografi Komunikasi Pada Anggota Komunitas United Indonesia of Bandung). Sama seperti poin sebelumnya, bahwa penelitian ini memiliki persamaan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengangkat tema Pola Komunikasi Komunitas Suporter Klub Sepak bola Eropa yang berbasis di Indonesia. Lalu, pada penelitian ini memiliki perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu Penelitian terdahulu berfokus pada studi etnografi, kesolidaritan anggota fans Manchester United dan objek penelitian nya yaitu United Indonesia of Bandung (Fans Manchester United). Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah berfokus pada komunikasi kelompok, studi kasus, kelayaitasan anggota dan objek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah IndoBarça Chapter Jogja.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dibuatlah rumusan masalah penelitian yaitu: Bagaimana Pola Komunikasi Yang Dibangun Oleh Member Komunitas IndoBarça Chapter Jogja Dalam Menjaga Loyalitas terhadap mendukung klub FC Barcelona?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam skripsi ini yaitu mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pola komunikasi komunitas suporter FC Barcelona Indonesia dalam menjaga loyalitas khususnya di wilayah Yogyakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mendapat wawasan lebih luas bagi peneliti dan sumbangan pikiran dalam ilmu komunikasi. Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah sumber referensi untuk penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang menambah pemahaman tentang pola komunikasi dalam menjaga loyalitas

### **2. Manfaat Peneliti**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sebuah gambaran dan dampak positif terhadap pola komunikasi apa yang dilakukan oleh IndoBarça Chapter Jogja serta menjadikan sebuah masukan kepada para anggota komunitas IndoBarça Chapter Jogja supaya kedepannya bisa lebih berkembang dan terjaganya loyalitas.

## 1.5 Teori Penelitian

### A. Teori Pertukaran Sosial

Teori Pertukaran Sosial adalah teori yang digunakan untuk memandang suatu hubungan yang terjadi baik antara individu dengan individu maupun dengan kelompok (Kusumaningrum & Rejeki, 2013).

Asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa setiap orang termotivasi oleh kepentingan pribadi atau *self-interest*. Sehingga dengan kata lain, pertukaran sosial atau *social exchange* berasumsi bahwa individu ingin memaksimalkan perolehan pribadinya dengan pengorbanan seminimal mungkin dalam suatu hubungan. Asumsi tersebut bersifat objektif, karena manusia adalah sepenuhnya makhluk yang rasional (Sidharta, 2020).

Berikut ini adalah penjabaran teori pertukaran sosial yang terdiri dari beberapa asumsi dasar untuk menganalisisnya dari teori perilaku sosial, yaitu:

- 1) Manusia pada dasarnya tidak mencari keuntungan maksimum tetapi mereka senantiasa ingin mendapatkan keuntungan dari interaksinya dengan orang lain
- 2) Manusia tidak bertindak secara rasional sepenuhnya tetapi dalam setiap interaksinya dengan orang lain cenderung berpikir untung dan rugi
- 3) Sekalipun tidak mempunyai informasi semua hal untuk mengembangkan alternatif, manusia setidaknya mempunyai informasi dapat dipakai untuk mengembangkan alternatif menghitung untung - rugi yang mungkin timbul
- 4) Manusia senantiasa berada dalam keterbatasan namun tetap untuk berkompetisi mendapatkan keuntungan dari dalam transaksi dengan orang lain
- 5) Manusia selalu berusaha mendapatkan keuntungan dari hasil interaksinya dengan orang lain tetapi dibatasi dengan sumberdaya yang tersedianya
- 6) Manusia selalu berusaha mendapatkan hasil dalam wujud material namun melibatkan dan menghasilkan sesuatu yang bersifat immaterial misalnya perasaan suka dan sentimen (Mukrimaa et al., 2016).

## **B. Komunikasi Kelompok**

### **1. Pengertian Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi dalam sekelompok kecil orang dengan tujuan antara lain untuk berbagi informasi, membantu mengembangkan gagasan bahkan membantu untuk memecahkan masalah, baik dilakukan secara formal maupun tidak formal. Selain itu, komunikasi kelompok dibutuhkan juga karena setiap anggota dari suatu kelompok, pasti membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dengan sesama anggotanya. Hal ini dikarenakan sudah menjadi sifat dan kebutuhan dasar manusia yang selalu ingin berinteraksi dan berkomunikasi (Pandjaitan, 2010:86).

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Komunikasi dalam suatu kelompok merupakan ujung tombak dalam menciptakan keselarasan dan kedinamisan kehidupan berkelompok. Komunikasi yang terjadi di dalam sebuah kelompok juga menentukan keeratn (kohesif) hubungan antara anggota kelompok sehingga dapat mempertahankan eksistensi kelompok. Komunikasi kelompok yang terjadi dapat memperlihatkan bagaimana kohesivitas itu dapat terbentuk. Kohesivitas mampu membuat anggota nyaman dan merasa terikat satu sama (Iskandar & Syueb, 2018).

Komunikasi Kelompok menjadikan sesuatu yang sangat penting untuk diketahui. Karena, tanpa adanya komunikasi kelompok, maka kelompok tidak akan pernah tumbuh dan berkembang atau bahkan sampai kehilangan anggota.

Komunikasi kelompok dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu:

#### **1) Kelompok Kecil**

Menurut Robert F. Bales Kelompok kecil merupakan sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan muka (*face to face meeting*), dimana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga (dia) baik pada saat timbul pertanyaan maupun sesudahnya, dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perorangan.

## 2) Kelompok Besar

Komunikasi dalam kelompok besar (*large group atau macro group*) tidaklah selalu sama dengan komunikasi dalam kelompok kecil, meskipun setiap kelompok besar pasti terdiri atas beberapa kelompok kecil (Pandjaitan, 2010: 95). Pasalnya, Kelompok besar merupakan komunikasi yang melibatkan interaksi antara kelompok dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Komunikasinya lebih sulit dibandingkan dengan dua kelompok di atas karena tanggapan yang diberikan komunikan lebih bersifat emosional (Soemirat et al., 2012).

## 2. Proses Komunikasi Kelompok

Proses komunikasi adalah sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Ketut et al., 2017). Berikut adalah komponen-komponen dasar komunikasi:

### a. Komunikator (*Sender*)

Komunikator merupakan orang yang mengirimkan pesan yang berisi ide, gagasan, opini dan lain-lain untuk disampaikan kepada seseorang (komunikan) dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya.

### b. Pesan (*Message*)

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif jika diorganisir secara baik dan jelas. Materi pesan yang disampaikan dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan, (tangan, kepala, mata dan anggota badan yang lainnya). Tujuan menyampaikan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

c. Media (*Channel*)

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon dan media jejaring sosial. Media yang terdapat dalam komunikasi kelompok bermacam-macam jenis, seperti rapat seminar, pameran, diskusi panel, workshop dan lain-lain. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan *vested of interest*.

d. Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang memahami pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti atau pesan yang di maksud oleh pengirim. Dalam komunikasi kelompok komunikan bertatap muka dan bertemu langsung dengan komunikatornya. Sehingga seseorang bisa berkomunikasi secara langsung.

e. Respon (*Efect*)

Respon adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Tanpa respon seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi manager atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Respon dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Respon yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan respon langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak. Respon bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan di antara komunikan juga balikan dapat memperjelas persepsi (Damanik, 2018).

Pada dasarnya, proses komunikasi terbagi dalam dua sisi, yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer (*primary process*) adalah proses di mana komunikator menyampaikan pikiran kepada komunikan melalui penggunaan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Namun, dalam beberapa konteks, lambang dapat berupa bahasa tubuh (*gesture*), seperti gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan sebagainya. Sedangkan, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Ini terjadi karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasi jauh dari tempatnya, banyak, atau kedua-duanya. Dalam proses sekunder ini, komunikasi semakin efektif dan efisien berkat kemajuan teknologi komunikasi yang didukung oleh teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi (Rismawaty & Rahmah, 2018).

Pada Penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi kelompok yang dibangun oleh kelompok suporter IndoBarça Chapter Jogja. Terdapat banyak hal yang wajib diteliti oleh peneliti diantaranya adalah bagaimana IndoBarça Chapter Jogja membangun sebuah proses komunikasi komunikasi tersebut.

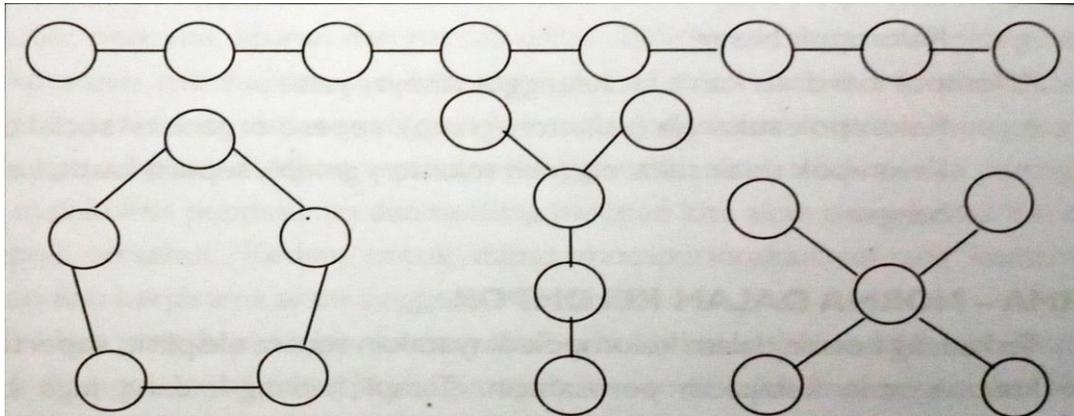
### **C. Pola Komunikasi**

Secara bahasa, pola komunikasi yaitu pola diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Sedangkan, komunikasi adalah suatu proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan berupa pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004: 1).

Pola komunikasi berasal dari struktur jaringan komunikasi yang menentukan bagaimana hubungan atau koneksi individu tertentu, seberapa terbuka satu kelompok dengan kelompok lainnya, dan peran penting yang dimainkan oleh individu dalam kelompok. Pola akan terbentuk karena pertukaran informasi yang terjadi di antara mereka (Ketut et al., 2017).

Selain itu, pola komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses yang dimaksudkan untuk menunjukkan keterpautan antara komponen yang dimasukkan dan keberlangsungannya, sehingga memudahkan pemikiran logis. Dalam komunikasi, satu

orang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi adalah komponen penting dalam hubungan antar individu dan kelompok (Lawrence & Putra, 2019).



Gambar 1.4 Pola-Pola Komunukasi Dalam Kelompok (Sumber: Rosmawaty, 2010:90)

### 1. Pola Rantai

Pola komunikasi rantai memiliki lima tingkatan pada jenjang hierarkinya dan dikenal dengan sistem komunikasi arus kebawah (*downward*) dan arus ke atas (*upward*) saja dan begitu pula sebaliknya. Artinya model atau pola tersebut menggunakan hubungan komunikasi garis langsung (komando) baik ke atas maupun ke bawah tanpa terjadi penyimpangan (Triharto & Maryam, 2020).

### 2. Pola Bintang

Pola komunikasi bintang adalah pola yang seluruh tingkatan dalam jaringan ini bisa melakukan komunikasi atau interaksi timbal balik tanpa melihat siapa tokoh sentralnya. Dan setiap staff atau bawahan bebas dan tidak dibatasi dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan berbagai pihak baik dengan pimpinan maupun staff atau anggota lainnya (Triharto & Maryam, 2020).

### 3. Pola Lingkaran

Pola komunikasi lingkaran adalah Interaksi atau komunikasi terjadi di setiap tiga tingkat hirarki, tetapi tidak ada interaksi yang berkelanjutan di tingkat yang lebih tinggi. Contohnya komunikasi yang terjadi antara sesama bawahan dengan atasannya secara langsung (komunikasi berjenjang) (Triharto & Maryam, 2020).

#### 4. Pola Y

Pola komunikasi Y relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan pola roda, tetapi lebih tersentralisasi dibanding dengan pola lainnya. Pada pola Y juga terdapat pemimpin yang jelas (orang ketiga dari bawah). Tetapi satu anggota lainnya berperan sebagai pemimpin kedua (orang kedua dari bawah). Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya melakukan komunikasi terbatas hanya dengan satu orang lainnya (Awza & Yazid, 2016).

Pada Penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang dibangun oleh kelompok suporter IndoBarça Chapter Jogja. Terdapat banyak hal yang wajib diteliti oleh peneliti diantaranya adalah bagaimana IndoBarça Chapter Jogja menjalin komunikasi, menjaga komunikasi dan juga media apa yang digunakan oleh IndoBarça Chapter Jogja untuk berkomunikasi.

#### **D. Komunitas**

Secara Bahasa, Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa (Soemirat et al., 2012).

Komunitas juga bisa dikatakan sebagai sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values* (Lawrence & Putra, 2019).

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan terciptanya sebuah komunitas antara lain sebagai berikut:

- a) Sebagai tempat untuk menyalurkan bakat atau kemampuan seseorang dalam bidang yang sama. Misalnya, saya mempunyai keahlian di bidang olahraga maka dari itu saya bergabung ke komunitas olahraga baik itu sepak bola, futsal dan sebagainya.

- b) Sebagai tempat untuk menambah wawasan terhadap apa yang disukai. Misalnya, saya menyukai klub sepak bola yang bernama FC Barcelona dan saya bergabung dengan komunitas fans klub FC Barcelona secara otomatis akan mengenal lebih jauh tentang FC Barcelona dari mulai filosofi klub, tokoh, *Culture* (budaya) dan sebagainya (Soemirat et al., 2012).

## 1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan studi kasus yang dipilih oleh peneliti dan penelitian ini peneliti akan melakukan pendekatan secara teoritis agar peneliti mendapat data lebih lanjut tentang salah satu komunitas suporter klub sepak bola FC Barcelona Indonesia di Yogyakarta yang bernama Peny Barcelona Indobarça Chapter Jogja (IndoBarça Chapter Jogja). Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Dengan kata lain, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan kekerabatan (Eko, 2020:19). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Hardani, 2020:54).

Kemudian, tujuan dari metode penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk mengumpulkan data informasi lebih rinci dengan cara mendeskripsikan data dan informasi yang diperoleh peneliti dari IndoBarça Chapter Jogja dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif. Menurut Kriyantono (2006:56), riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas.

Pendekatan deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2006:69).

Melalui pendekatan ini, peneliti menggunakan metode tersebut dapat memperoleh data yang lebih spesifik serta mendalam baik secara tulisan ataupun lisan dari informan yang di tunjuk oleh peneliti tentang pola komunikasi komunitas suporter klub sepak bola FC Barcelona Indonesia di Yogyakarta yang bernamakan *Penya Barcelonista Indobarça Chapter Yogyakarta (IndoBarça Chapter Jogja)*.

## **1.7 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi tempat lokasi penelitian yaitu di *Basecamp IBJ (Indo Barca Jogja)* di Jalan Nangka No. 176, Kledokan, Kec. Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasan peneliti mengambil tempat tersebut karena *Basecamp IBJ (IndoBarça Chapter Jogja)* merupakan tempat berkumpulnya para anggota komunitas *IndoBarça Chapter Jogja*.

## **1.8 Kriteria Informan**

Sesuai dengan metode penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara secara langsung dengan cara memilih informan yang layak untuk mendapatkan data. Berikut adalah kriteria informan yang akan ditunjuk oleh peneliti untuk mendapatkan data terkait pola komunikasi komunitas suporter FC Barcelona Indonesia dalam menjaga loyalitas:

1. Pengurus aktif *IndoBarça Chapter Jogja*
2. Pengikut *IndoBarça Chapter Jogja*
3. Member *IndoBarça Chapter Jogja*
4. Mempunyai tanggapan tentang pola komunikasi kelompok yang dibangun oleh *IndoBarça Chapter Jogja*

## **1.9 Instrumen Penelitian**

### **1. Sumber Data**

#### a) Data Primer

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pihak terkait yaitu dari pengurus aktif *IndoBarça Chapter Jogja* mulai dari koordinator hingga anggota divisi-divisi kelompok suporter *IndoBarça Chapter Jogja* dengan memberikan tanggapan secara

langsung dengan beberapa pertanyaan. Sebagai sumber informasi internal suporter, peneliti memilih pengurus sebagai informan dalam penelitian ini karena sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

b) Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini peneliti akan menggunakan data tertulis melalui dokumen-dokumen kelompok suporter IndoBarça Chapter Jogja. Kemudian, peneliti juga menggunakan data melalui media internet baik website resmi maupun jejaring sosial seperti Instagram, Twitter, WhatsApp dan Facebook.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Hardani,2020:121).

1) Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Muri Yusuf, 2014: 372). pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap narasumber/informan dalam penelitian ini, yakni dengan jajarannya pengurus IndoBarça Chapter Jogja dari mulai Koordinator hingga anggota per divisi.

2) Observasi

Menurut Sutrisno (dalam Albi & Johan, 2018:109) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik

pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati terlalu besar. Peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian yakni di *Basecamp* IBJ (IndoBarça Chapter Jogja) di Jalan Nangka No. 176, Kledokan, Kec. Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Data tersebut dilengkapi dengan berupa dokumentasi.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lain. Menurut Sugiyono (dalam Hardani, 2020:150) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang bertujuan untuk memperkuat dan menambah informasi yang lebih terstruktur agar dalam penelitian ini penulis dapat mengambil informasi dengan baik.

### **3. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting

dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan yang dapat diceriterakan kepada orang lain. Berikut adalah tiga komponen utama analisis data:

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga simpulan-simpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara melalui seleksi ketat. Melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2) Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcard* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3) Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau, keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif.

### 1.10 Kerangka Berpikir

Komunitas suporter IndoBarça Chapter Jogja merupakan salah satu kelompok suporter yang memiliki jumlah anggota terbanyak hingga saat ini dari komunitas suporter sepak bola lainnya di Indonesia. Komunitas tersebut dapat dijadikan sebagai wadah bagi para pecinta klub sepak bola FC Barcelona di kawasan Yogyakarta dan sekitarnya.



**Gambar 1.5 Kerangka Berpikir**