

**MEDIA KOMUNIKASI BAGI *BRIGATA CURVA SUD* SEBAGAI
SUPORTER PSS SLEMAN DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH :

MUMTAZ HIFZI AZAMY

14730081

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mumtaz Hifzi Azamy

NIM : 14730081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri, bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikumWr. W'b

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Mumtaz Hifzi Azamy**
NIM : 14730081
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI *BRIGATA CURVA SUD* SEBAGAI SUPORTER
PSS SLEMAN di YOGYAKARTA DALAM MEMBANGUN SOLIDARITAS
KELOMPOK**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu 'alaikumWr. W'b

Yogyakarta, 09 Januari 2019

Pembimbing

Dr. Iswandi Syahputra, M.Si

NIP : 19730423 200501 1 006



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-41/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : MEDIA KOMUNIKASI BAGI BRIGATA CURVA SUD SEBAGAI SUPORTER PSS SLEMAN DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUMTAZ HIFZI AZAMY
 Nomor Induk Mahasiswa : 14730081
 Telah diujikan pada : Jumat, 18 Januari 2019
 Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
 NIP. 19730423 200501 1 006

Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.
 NIP. 19730701 201101 1 002

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
 NIP. 19610816 199203 2 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Yogyakarta, 18 Januari 2019
 UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
 DEKAN



Dr. Muhammad Sodik, S.Sos., M.Si.
 NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO



“ Berjalan Tak Seperti Rencana adalah Jalan yang Sudah Biasa.

Jalan Satu-Satunya, Jalani Sebaik Kau Bisa ”

-Farid Stevy Asta-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMAHAN

Skripsi Ini Penulis Persembahkan Kepada:

ALMAMATER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan nikmat serta pertolongan-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi sosok tauladan bagi umat yang kita nantikan syafa'atnya kelak.

Penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang juga turut mendukung, membimbing, dan memantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, penyusun juga mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi (Kaprodi).
3. Diah Ajeng Purwani S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan pengarahan serta nasihat-nasihatnya selama perkuliahan.
4. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si, Fajar Iqbal, M.Si, selaku Dosen Penguji I dan Ibu Marfuah Dra. Marfuah Sri Sanityastuti selaku penguji II yang telah memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta seluruh jajaran staf Tata Usaha dan Kemahasiswaan.

8. Seluruh narasumber dari penelitian ini yang telah berbaik hati dan bersedia untuk diwawancarai: Mas Fikar, Mas Aand, Mas Helmy, Mas Vican. dan Mas Marafi. Kalian yang bersedia direpotkan peneliti dan dengan senang hati membantu untuk mendapatkan data.
9. Seluruh Keluarga Besar Brigata Curva Sud, PSS sudah naik kasta
10. Teman-teman Ikom-C 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan kalian semua.
11. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2014, semoga kita selalu bisa menyambung silaturahmi sampai kapanpun
12. Seluruh teman-teman KKN '93 dusun PACE B, terimakasih atas segala dukungan kalian semua.
13. Sahabat-sahabatku SMAN 2 Ngaglik yang selalu *membully* selama penelitian, semoga kita selalu bisa menyambung silaturahmi sampai kapanpun.
14. Serta terimakasih kepada seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya kalian penulis tidak akan sampai pada tahap ini.
15. Terimakasih kepada lagu-lagu yang menemani saya mengerjakan skripsi ini, Blink 182, Angel and Airwaves, Guyon Waton, Om Wawes, dik Xena Xenita, Simple Plan- Jat lag, FSTVLST, Rebellion Rose kalo met ndase liat vlog Danilla, Tonight Show, kadang sama lagunya mbak Heille Standfield, dah itu aja sampe skripsi ini selesai.

Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak lainnya. Menyadari bahwa tidak ada kesempurnaan kecuali milik Allah SWT, peneliti membutuhkan saran serta kritik membangun terhadap skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa

melimpahkan nikmat-Nya kepada seluruh pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 2018

Best Regards,



Mumtaz Hifzi Azamy

NIM. 1470081



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka.....	10
F. Landasan Teori.....	13

G. Kerangka Pemikiran.....	23
H. Metode Penelitian.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM.....	30
A. Sejarah Brigata Curva Sud.....	30
1. Sejarah berdirinya Media Brigata Curva Sud.....	32
2. Visi dan Misi.....	33
3. Peraturan Brigata Curva Sud.....	33
4. Struktur Organisasi.....	34
B. Media Komunikasi Brigata Curva Sud.....	36
1. Elja Tv.....	36
2. Elja Radio.....	36
3. Website.....	37
4. Twitter.....	37
5. Instagram.....	38
6. Youtube.....	38
7. Whatsapp.....	38
BAB III PEMBAHASAN.....	39
A. Media Komunikasi Langsung Brigata Curva Sud.....	41
B. Media Komunikasi Elektronik.....	50
1. TV Streaming.....	50
2. Radio Streaming.....	55
C. Media Komunikasi Tidak Langsung Brigata Curva Sud.....	56
a. Twitter.....	57
b. Instagram.....	76
c. Youtube.....	77
d. Whatsapp.....	84

e. Website.....	93
BAB IV PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Matriks Telaah Pustaka	12
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Foto Undangan Forum.....	7
Gambar 2 : Foto Undangan Forum.....	7
Gambar 3 Foto Forum Brigata Curva Sud	46
Gambar 4 <i>Screenshoot</i> akun <i>twitter</i> @elja_tv.....	52
Gambar 5 Foto Undangan Forum.....	60
Gambar 6 Tampilan <i>Twitter</i> BCSXPSS_1976.....	61
Gambar 7 Tampilan <i>Twitter</i> BCSXPSS_1976.....	62
Gambar 8 Tampilan <i>Twitter</i> BCSXPSS_1976.....	64
Gambar 9 Tampilan <i>Twitter</i> @UGDforPSS.....	70
Gambar 10 Tampilan <i>Twitter</i> @UGDforPSS.....	71
Gambar 11 Tampilan <i>Webiste Ultras Tifo</i>	80
Gambar 12 Tampilan <i>Screenshoot Youtube COPA 90</i>	81
Gambar 13 <i>Screenshoot</i> Akun web besxpss.com.....	101
Gambar 14 Tampilan <i>Screenshoot</i> Akun <i>twitter</i> besxpss_1976.....	101
Bagan 1 Tampilan Media Komunikasi Sepak Bola.....	4

ABSTACT

Brigata Curva Sud is a soccer supporter who provided support to the PSS Sleman team and was established on February 5, 2011. Brigata Curva Sud is a football supporter who has high creativity and cohesiveness. The Curva Sud Brigata consists of more than 200 small communities in Yogyakarta. Not only creativity is shown by Brigata Curva, but cohesiveness and higher solidarity synergy for support workers by using many communication media. This study aims to analyze how Brigata Curva Sud's communication media as PSS Sleman football supporters in building group solidarity. Descriptive analysis of communication media Brigata Curva Sud uses studying group communication theory. Data sources were obtained through interviews, observation, and descriptive analysis. Then the data validity was sponsored by using the source data triangulation method. The results of the study explain the many uses of social media twitter, whatsapp, and websites as communication to increase group solidarity. Other communication processes to increase group solidarity through forums or meetings.

Keywords : Media Communication, Football Fans, Brigata Curva Sud,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sepakbola merupakan salah satu cabang olahraga yang paling banyak digemari oleh sebagian besar manusia di seluruh belahan dunia. Sepakbola digemari oleh semua lapisan masyarakat baik dari tingkat daerah, nasional, dan internasional, dari usia anak, dewasa hingga orang tua, mereka senang memainkan sendiri atau sebagai penonton. Popularitas sepakbola ini yang luar biasa pada globalisasi membawa dampak yang tidak kalah dahsyat bagi perkembangan sepakbola sebagai industri yang bernilai multimiliar dolar (Darmawan, 2007:118). Hal ini tak terlepas dari peran adanya suporter klub sepakbola yang berperan sebagai target media promosi sehingga klub mampu meraup keuntungan dan dapat terus berkembang.

Suporter merupakan kumpulan individu-individu yang membentuk massa dalam jumlah yang besar, ratusan bahkan sampai ribuan dan tidak membedakan identitas sosial, identitas ekonomi. Menonton sepakbola merupakan sebuah kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi orang-orang karena tidak ada larangan bagi siapapun untuk mengapresiasi diri mereka yang sesungguhnya dalam sebuah pertandingan sepakbola (Handoko, 2008:145-146).

“Suporter memiliki tugas yang bisa di bilang hampir sama dengan tugas pemain yang bermain 90 menit dalam suatu pertandingan, dengan tugasnya bernyanyi, menari, serta memukul alat musik yang berbau penyemangat seperti *drumband*” (Junaedi, 2014:11). Selain itu suporter juga memiliki kesetiaan yang cukup besar

untuk terus ikut mendukung tim kebanggaan mereka dalam melakukan pertandingan kandang atau pertandingan yang di langsunngkan di kandang lawan. Biasanya hal tersebut mereka lakukan hanya bermodalkan semangat dan pemikiran bahwa suporter ada hanya untuk klub. Waktu, tenaga sampai uang rela dikeluarkan mereka untuk mendukung klub kebanggaannya bermain di luar kandang. “Loyalitas suporter pada klub adalah loyalitas yang bahkan bisa jadi dipertaruhkan sampai titik darah penghabisan atau menjadi “agama kedua” (Junaedi, 2012:8).

Kefanatikan suporter sepakbola tidak selalu berdampak negatif pada sebuah klub sepakbola, tapi bisa membawa dampak besar pada keuntungan pendapatan klub sepakbola itu sendiri. Melalui gerakan tangan, yel-yel, dan *coreo* suporter sepakbola bisa menjadi “nyawa” dalam perekonomian klub sepakbola. Pasalnya dengan kefanatikan yang positif tersebut penonton akan disajikan bukan hanya pertandingan saja, juga disajikan dengan kreatifitas para suporter. Penonton dapat menikmati pertandingan dan menikmati *Atmosfer* seisi Stadion dengan nyaman dan akan terus menonton klub sepakbola tersebut. Suporter adalah pemain kedua belas yang dikatakan paling fanatik dan antusias dalam membela klub yang dicintainya. Mereka tidak mengenal kasta, ketika berada di tribun semua, tidak ada kelas sosial dengan tujuan mendukung klub kebangganya berlaga, suporter merupakan sekumpulan kelompok (komunitas) yang mempunyai sikap solidaritas yang tinggi, atau bisa dibilang mempunyai perasaan emosional yang sama, dan juga sama-sama suporter sepakbola yang didukungnya. Kehadirannya bisa meningkatkan semangat pemain dan yang tak kalah pentingnya adalah menghasilkan pemasukan bagi tim. Suporter merupakan kumpulan

individu-individu yang membentuk massa dalam jumlah yang besar, ratusan bahkan sampai ribuan dan tidak membedakan identitas sosial, identitas ekonomi. “Menonton sepakbola merupakan sebuah kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi orang-orang karena tidak ada larangan bagi siapapun untuk mengapresiasi diri mereka yang sesungguhnya dalam sebuah pertandingan sepakbola” (Handoko, 2008:145-146).

Kelompok atau perkumpulan digunakan seseorang untuk menegaskan identitas sosial atau sekedar untuk menunjukkan sikap dan tindakan kepada orang lain. Dan didalam perkembangannya, saat orang hidup dan menjadi bagian dari sebuah kelompok, mereka secara otomatis akan saling terikat tali persaudaraanya kepada kelompoknya tersebut. Solidaritas merupakan suatu hubungan yang mengikat dari dalam diri tiap individu dalam masyarakat yang didasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama.

Di Indonesia sendiri, Kelompok suporter yang menggunakan media elektronik dan media sosial dengan efektif sangat sedikit yang memanfaatkanya, hanya sedikit kelompok suporter yang memanfaatkan media komunikasi secara efektif, berikut salah satu kelompok suporter yang sudah menggunakan media komunikasi secara efektif :

Bagan 1

Media Komunikasi Suporter Sepak Bola

NO	Kelompok Suporter	Media elektronik	Media Sosial
1.	Bali United	TV Streaming, Website	Twitter, Instagram, Youtube
2.	Pasoepati (Persis Solo)	TV Streaming, Website	Twitter, Instagram, Youtube

Sumber : Hasil Penelitian 2018

“baru sedikit suporter klub sepak bola yang sudah menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dengan maksimal, dengan memposting untuk tetap semangat mendukung tim kebanggaan, posting foto, video, dll. Kebanyakan hanya aktif dalam seminggu atau dua minggu sekali untuk *update*” (Hasil wawancara Vikar Nugroho tanggal 20/03/2018). Di Indonesia sudah mulai banyak dengan kefanatikan suporter yang bisa berdampak positif pada klub kebanggaannya. *Brigata Curva Sud* (BCS) merupakan salah satu suporter sepakbola di klub Indonesia. Nama *Curva Sud* ini dapat dirujuk pada suatu aliran *fans* fanatik sepak bola Italia, yang biasanya menduduki tribun selatan stadion *Brigata Curva Sud* adalah suporter klub Perserikatan Sepakbola Sleman (PSS Sleman) yang berdiri sejak 2011 yang berasal dari kabupaten kecil di kota Yogyakarta. “BCS tidak hanya menonton, tetapi juga bekerja, mereka bekerja mentransfer pesan, nilai dan ideologi yang dianutnya” (Syahputra, 2016: 63). Kehadiran *Brigata Curva Sud* dan selalu memeriahkan pada saat Perserikatan Sepak bola Sleman (PSS Sleman) bertanding baik di kandang maupun tandang, kedua suporter tersebut mengeluarkan kreatifitas-kreatifitasnya masing-masing. *Brigata Curva Sud* yang

identik dengan kreatifitas *coreo*-nya bisa membuat keindahan di Stadion Maguwoharjo *homebase*-nya PSS Sleman.

Loyalitas *Brigata Curva Sud* tidak hanya selalu datang mendukung klub kebanggaannya, suporter ini mendirikan unit usaha untuk membantu keuangan klub PSS Sleman sendiri. Suporter tidak hanya mendukung di dalam lapangan saat timnya sedang bertanding saja, tetapi juga membantu di luar lapangan dengan mendirikan unit usaha yang bisa membantu keuangan klub tersebut (Sumber : *Curva Sud Magazine* edisi #1 bulan Oktober 2013). Di *Brigata Curva Sud* sendiri mendirikan 5 unit usaha yaitu *Curva Sud Shop*, *Curva Sud Market*, *Curva Sud Magazine*, *Curva Sud Production* dan Soto Cak Zul. Namun sampai sekarang hanya *Curva Sud Shop* saja yang masih berkembang, sedangkan usaha lainya berhenti karena tidak ada yang mengurus. Sedangkan di bidang media komunikasi, supporter PSS Sleman juga membuat media massa yang berbentuk media Radio dan TV berbasis *streaming*, yaitu ELJA Radio dan ELJA TV. Untuk media sosial *Brigata Curva Sud* juga membuat akun *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Website*. Media komunikasi dimanfaatkan oleh suporter PSS Sleman sebagai suatu sarana yang digunakan untuk memproduksi, reproduksi, mengolah kreativitas yang sudah dibangun, sehingga menjadi suatu perantara dalam penyampaian informasi atau pesan kepada suporter PSS Sleman. (Wawancara pada Sabtu 15 Maret 2018)

Komunikasi adalah proses sosial yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena setiap orang dalam kehidupannya selalu berkeinginan untuk memepertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. „Komunikasi berlangsung

untuk menjalin hubungan antara individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Komunikasi yaitu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Mulyana, 2001:62).

Sudah banyak yang dilakukan oleh *Brigata Curva Sud* untuk membangun komunikasi organisasi yang baik dan rasa solidaritas yang tinggi terhadap sesama komunitas *Brigata Curva Sud* dengan menggunakan media saat ini, hampir setiap bulan BCS mengadakan forum besar untuk menjalin silaturahmi antar komunitas, membahas agar tidak ada lagi mis komunikasi antar komunitas BCS supaya tidak terjadi kerusuhan, seperti dalam laga antara PSS Sleman melawan Martapura FC pada tanggal 20 September 2018 dimana terjadi perselisihan antara pemain PSS Sleman dengan pemain Martapura FC yang menyulut emosi salah satu suporter *Brigata Curva Sud* dengan melempar botol air mineral ke arah pemain Martapura FC, hal tersebut membuat suporter lainnya marah dan hingga memukul kearah suporter yang melempar botol air mineral tersebut, dikarenakan dapat merugikan PSS Sleman dengan membayar sejumlah denda yang sudah ditetapkan oleh PSSI. Untuk meminimalisir hal tersebut *Brigata Curva Sud* hampir setiap bulannya mengadakan forum yang bertujuan untuk meminimalisir kerusuhan di setiap pertandingan PSS Sleman dan tempat forum pun bergantian dimana komunitas yang bersedia menyediakan tempat, seperti forum di Kelurahan Tambakrejo, Tempel.

Gambar 1

Foto Undangan Forum



Sumber : Akun *Twitter* resmi @bcspss_1976

(diambil pada 8 April 2018 pukul 18.30)

Gambar diatas menjelaskan PSS Sleman akan menghadapi Persegres Gresik di Gresik Jawa Timur, BCS akan melakukan *away* sehingga BCS mengadakan forum besar yang kali ini disenggearakan di hotel, forum ini bertujuan untuk meminimalisir pertikaian sehingga dapat terprovokasi oleh oknum- oknum yang akan mengganggu dari perjalanan hingga ke stadion lawan seperti pada gambar dibawah ini.

Gambar 2

Foto Undangan Forum



Sumber : Akun *Twitter* resmi @bcspss_1976

(diambil pada 8 April 2018 pukul 18.30)

Dengan adanya berbagai masalah yang terjadi, BCS selalu membangun rasa solidaritas dan kekeluargaan yang tinggi. Seperti di sebutkan dalam QS Al Hujurat: 10 :

لَوْمَالْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ لِّلَّذِينَ آمَنُوا لَوْلَا أَن رَّبَّ هَٰؤُلَاءِ عَسَفَ عَنَّا وَاللَّهُ بَصِيرٌ لِّمَا كُنْتُمْ تَحْمِلُونَ

Artinya : *Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat*

Media komunikasi *Brigata Curva sud* pada saat ini saat sepak bola sudah menjadi industri, peran *Brigata Curva Sud* buat PSS Sleman pun menjadi berkembang tidak hanya sebagai objek perlengkapan saja. *Brigata Curva Sud* menjadi bagian dari prestasi dan keberhasilan yang dicapai oleh PSS Sleman. Berangkat dari sana, BCS pun mengembangkan komunitasnya dengan mendata seluruh komunitas yang ada, mulai dari peningkatan pengkoordiniran massa dengan terbentuknya berbagai komunitas yang ada di wilayah Sleman maupun diluar Sleman . Dengan kata lain konteks itulah yang merupakan salah satu definisi, makna menciptakan rasa solidaritas sesama suporter PSS Sleman. Seperti dalam musibah yang datang kepada teman teman *Brigata Curva Sud* ketika mendukung PSS Sleman bertandang ke Batang dalam Liga 2 ISC B 2017, diperalan BCS mendapatkan cobaan berupa aksi bar-bar dari oknum yang tidak bertanggung jawab, dalam rilis yang dikeluarkan BCS, kerugian dari pihak Sleman *fans* mencapai angka 300 juta rupiah. Kerugian berasal dari mobil-mobil yang rusak dan juga biaya pengobatan akibat aksi

penyerangan tersebut. Jiwa solidaritas suporter PSS Sleman bergerak, inilah yang menjadi inti dari manusia sebagai makhluk sosial. Dimana, secara bersama-sama, membantu orang lain yang menerima musibah. (Sumber : www.Sleman-football.com/songgo-bareng/ diakses pada Senin 8 April 2018 pukul 07.30 WIB).

Penulis begitu tertarik ingin mengetahui Bagaimana media komunikasi yang digunakan Brigata Curva Sud sebagai suporter PSS Sleman di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada dijelaskan diatas maka dapat disusun rumusan masalah yaitu: “ **Bagaimana Media Komunikasi Bagi *Brigata Curva Sud* Sebagai Suporter PSS Sleman Di Yogyakarta?** ”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media komunikasi bagi *Brigata Curva Sud* sebagai suporter PSS Sleman di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan media komunikasi untuk suporter sepak bola.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukannya dengan penelitian-penelitian tersebut. Telaah pustaka yang digunakan peneliti adalah penelitian-penelitian yang mengkaji media komunikasi supporter sepak bola. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai telaah pustaka.

1. Skripsi Berjudul “ Kegiatan Ekonomi Dan Sosial Keagamaan Supporter Sepak Bola *Brigata Curva Sud* Sleman Yogyakarta” yang ditulis oleh Sukron Mahmud Mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Yogyakarta tahun 2014. Hasil dari penelitian diatas adalah tentang kegiatan ekonomi dan sosial keagamaan supporter sepak bola *Brigata Curva Sud* PSS Sleman Yogyakarta bahwa kondisi sosial ekonomi dan keagamaan yaitu dilihat dari latar belakang sosial budaya Penelitian ini befokus pada kegiatan yang sifatnya keagamaan yang dilakukan oleh supporter sepak bola *Brigata Curva Sud* seperti pengajian dan kegiatan sosial seperti bakti sosial. Temuan dalam penelitain tersebut adalah adanya kegiatan positif yang dilakukan oleh BCS sehingga dapat dikatan supporter yang jauh dari kekerasan. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama sama membahas tentang *Brigata Curva Sud*, selain itu sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan juga sama

melakukan kegiatan sosial. Perbedaan penelitian di atas berfokus pada kegiatan ekonomi sosial dan andaya pada Suporter PSS Sleman. Penelitian ini tidak menggunakan triangulasi data.

2. Skripsi Berjudul “Studi Kasus Dinamika Manajemen Fanatisme Kelompok Suporter *Brigata Curva Sud* Dan Brajamusti” Yang ditulis oleh Yanuar Hamid Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta Tahun 2018. Hasil dari penelitian di atas adalah bagaimana kelompok suporter dapat mengelola sikap fanatisme yang terdapat dalam diri suporter. Penelitian tersebut menggunakan 2 objek yaitu supporter PSS Sleman *Brigata Curva Sud* dan supporter PSIM Yogyakarta Brajamusti, penelitian tersebut membandingkan antara bentuk fanatisme antar kedua supporter sepak bola. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, selain itu yakni sama-sama membahas solidaritas dan menggunakan teori solidaritas sosial. Sama-sama membahas tentang supporter PSS Sleman *Brigata Curva Sud*. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah penelitian di atas menggunakan dinamika manajemen fanatisme sedangkan penulis menggunakan strategi media komunikasi. Perbedaan lainnya penelitian tersebut menggunakan 2 objek sebagai penelitian sedangkan penulis hanya menggunakan 1 (satu) objek saja. Penelitian di atas tidak menggunakan triangulasi data.
3. Skripsi Berjudul “Komunikasi Pemasaran Dan Media Baru (Studi deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @pancakescompany)” Yang ditulis oleh Alviana Cahyanti Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam

Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2016. Hasil penelitian diatas membahas tentang strategi pemasaran melalui media baru yaitu instagram dilakukan dengan cara memanfaatkan dan memaksimalkan penggunaan fitur-fiturnya untuk tidak hanya berorientasi pada perusahaan atau pada penjualan tapi juga untuk menciptakan dialog dua arah dan mengedepankan pelanggan. Persamaan dari penelitian diatas adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, selai itu sama-sama membahas strategi media. Sama-sama menggunakan media sosial, perbedaanya berfokus kepada strategi media pemasaran pada media *instagram* saja sedangkan penulis membahas tentang strategi media komunikasi. Penelitan diatas membahas menggunakan fitur didalam media sosial khususnya Instagram, sedangkan penulis berfokus pada strategi yang digunakan oleh objek.

Tabel I
Matriks Telaah Pustaka

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Sukron Mahmu d/ UIN SUKA Yogyakarta	Kegiatan Ekonomi dan Sosial Keagamaan Suporter Sepakbola Brigata Curva Sud Sleman Yogyakarta	- Jenis penelitian kualitatif - Metode pengumpulan data	- Objek penelitian terletak pada kegiatan ekonomi dan agama - Teoiri yang digunakan	Terdapat kesamaan Pembahasa mengenai Brigata Curva Sud

2	Yanuar Hamid/ UIN SUKA Yogyak arta	Studi Kasus Dinamika Manajemen Fanatisme Kelompok Suprter Brigata Curva Sud Dan Brajamusti	- Metode deskriptif Kualitatif - Teori - Metode pngumpu lan data	- Subjek penelitian 2 suporter	Proses teori komunikasi kelompok menunjukan kesamaa, dimana hal tersebut terjadi melalui kekompakan, persepsi yang sama.
3	Alviana Cahyan ti/ UIN SUKA Yogyak arta	Komunikasi Pemasaran Dan Media Baru	- Metode deskriptif Kualitatif - Teori - Metode pngumpu lan data	- Subjek penelitian - Fokus ke strategi pemasaran	Proses strategi media baru yang digunakan

F. Landasan Teori

Teori merupakan dasar pembuatan unit analisis penelitian dan diperlukan untuk menganalisis serta menginterpretasikan data-data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, untuk menjelaskan bagaimana media komunikasi bagi *Brigata Curva Sud* sebagai suporter PSS Sleman di Yogyakarta, maka penelitian ini akan menggunakan teori sebagai berikut:

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah wujud interaksi manusia yang keduanya ada ikatan dan saling mempengaruhi satu sama lain, baik sengaja atau tidak sengaja. (Shannon dan Weaver, 1949). “Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media)”. (Effendi, 1896)

2. Pengertian Media Komunikasi

Pengertian media komunikasi adalah proses yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya. Tanpa komunikasi manusia jadi terpisah dari lingkungan. Namun tanpa lingkungan komunikasi menjadi kegiatan yang tidak relevan. Dengan kata lain manusia berkomunikasi karena perlu mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Dalam berkomunikasi, manusia tentunya memerlukan media komunikasi. Media yaitu orang, bahan, peralatan yang menciptakan kondisi dimana seseorang dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan dan perubahan sikap. “Media komunikasi adalah suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tertentu” (Effendy, 1896 : 68).

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman keemasan ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun

berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. Berbagi informasi antar Benua dan Negara di belahan dunia manapun semakin mudah.

3. Proses Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung merupakan komunikasi yang tidak ada arus balik saat berkomunikasi. Oleh sebab itu dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga komunikasi itu akan berhasil. Terlebih saat seorang komunikator melakukan komunikasi melalui media cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang komunikan untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan.

4. Media Baru

Pergeseran penggunaan media yang semula menggunakan media konvensional untuk melakukan aktivitas komunikasi terjadi saat munculnya media baru. Media baru yang ada karena konvergensi media ini dapat direpresentasikan dengan internet. Akses media baru yang mudah dan dapat dilakukan dimana saja membuat informasi yang diunggah oleh individu dapat diakses secara global.

Menurut Denis McQuay (McQuay 2012, 148), “Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan

digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”.

Definisi media baru menurut John Vivian dalam buku *Cyber Media* (Nasrullah, 2013) “Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional: sifat internet yang bisa berinteraksi, mengaburkan batasan geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*”.

Peneliti dapat menyimpulkan beberapa pengertian di atas bahwa media baru merupakan perangkat teknologi komunikasi dengan jangkauan luas yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi dalam waktu bersamaan dan mendapat umpan balik dengan cepat.

5. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial kini digunakan hampir oleh semua kalangan untuk berkomunikasi menggantikan perangkat komunikasi dengan media analog, “Media sosial merupakan situs di mana setiap orang diberi kebebasan untuk mengelola web yang bersifat personal, kemudian terhubung dengan orang lain seperti, Facebook, Twitter, Youtube, dsb., yang kontennya bebas sesuai dengan keinginan” (Lesmana, 2012:10).

Aktivitas sosial yang dilakukan kini tidak hanya dalam dunia nyata, namun melalui dunia maya, penyedia jejaring sosial membuat penggunaannya dapat berkomentar, berfoto, dan video seperti dalam lingkungan sosial, yang membedakan adalah medianya (Tamburaka, 2010:79).

Kaplan dan Haenlein (2010:61) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran dari konten yang dihasilkan pengguna atau *user-generated content*.

b. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang membedakan dengan jenis media siber lainnya. Adapun karakteristik media sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Jaringan (*Network*) antar pengguna : koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar computer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data (Castells dalam Nasrullah, 2016:16)
- 2) Informasi (*Information*) informasi produksi , diperlukan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti *informational* (Castel dalam Nasrullah, 2016:19).
- 3) Arsip (*Archive*): media sosial dianggap sebagai ruang perpustakaan virtual. Layaknya perpustakaan, di media sosial juga ada kode panggil maupun kode rak buku sebagaimana yang terdapat di perpustakaan. Salah satunya, yaitu dengan menggunakan tagar atau *tag* (Nasrullah, 2016:24).
- 4) Interaksi (*Interaktiviti*) jaringan antar pengguna tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun interaksi antar pengguna tersebut (Nasrullah, 2016:25).

- 5) Simulasi (*Simulation*) Sosial: media tidak lagi menampilkan realitas bahkan apa yang di dalam media lebih nyata dari realitas itu sendiri (Nasrullah, 2016:29).
- 6) Konten oleh pengguna (*User Generation Content*) menunjukkan bahwa media sosial konter sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

c. Twitter

Twitter merupakan gabungan dari jejaring sosial dengan blog atau biasa disebut *microblogging*. Tidak berbeda dengan jurnal *online* (blog), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta atau perdapatnya (nastullah, 2016:43).

Twitter yang menghubungkan seluruh penggunanya melalui sambungan internet, berkumpul pada satu ruangan tanpa adanya batas waktu, sehingga memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan pengguna lain meskipun dari Negara yang berbeda. Pesan dalam *Twitter* seringkali mengedukasi, dari segi struktur komunikasinya dalam ruang tersebut, bahkan kontennya,, tetapi cara menyampaikanya pada *wordwide conversation* di *Twitter* (Levinson, 2013:32).

Menurut Jansen, B. J., Zhang M., Sobel, K., Chowdury, A. (2009) dalam lesmana (2012), twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut *tweets*. *Tweet* atau sering disebut juga kicauan merupakan teks dengan 280 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna *Twitter*. Pengguna dapat

menentukan sendiri *tweets* dari siapa saja yang ingi dibaca serta siapa saja yang akan membaca *tweets* yang disebarakan, dengan menjadi pengikut akun lain (*following*) dan diikuti (*followes*). *Tweets* dari akun-akun tersebut akan ditampilkan pada satu halaman yang disebut *timeline* (TL).

d. *Youtube*

Youtube merupakan situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media mulai dari, video, audio, gambar, dan sebagainya (Nasrullah, 2016:44).

Menurut Saxana dalam Nasrullah (2016) *Youtube* merupakan situs media sosial yang memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagai gambar, podcast, dan video secara online. Kebanyakan dari media sosial ini adalah gratis meskipun beberapa jугan mengenakan biaya keanggotaan, berdasarkan fitur dan layanan yang mereka berikan.

e. *Instagram*

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara *online* oleh foto-foto dan video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka (Budiago, 2015:48).

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video, *instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita memfollow akun *Instagram* kita. Makin populernya *Instagram* berbagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis *online* turut

mempromosikan akunya lewat *Instagram* (M Nistrina, 2015: 137).

f. *Whatsapp*

Penggunaan nama *whatsapp* Berasal dari frasa What“s Up“ sebagai bahasa sapaan dalam menanyakan kabar. *Whatsapp* didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton. Pada tahun 2014 *whatsapp* bergabung dengan *Facebook*, namun beroperasi secara terpisah sebagai aplikasi yang fokus untuk melayani pertukaran pesan yang cepat dan mudah. *Whatsapp* dirancang untuk memudahkan penggunanya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi kapan saja, dan dimana saja. *Whatsapp* memberikan berbagai macam fitur bagi penggunanya dengan menggratiskan pengiriman pesan dan melakukan panggilan secara sederhana, aman, dan cepat ke berbagai etnis telepon di seluruh penjuru dunia. Pada awalnya,

Whatsapp diluncurkan sebagai alternatif SMS. Namun, saat ini aplikasi media sosial *Whatsapp* dapat digunakan untuk mengirim dan menerima berbagai macam media dalam bentuk teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, bahkan *Whatsapp* saat ini dapat digunakan untuk melakukan panggilan suaradan panggilan video. Pesan dan panggilan menggunakan *Whatsapp* dapat diamankan dengan enkripsi *end-to-end*, sehingga tidak ada pihak ketiga termasuk *Whatsapp* yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan para penggunanya Sebagai sebuah aplikasi.

g. *Website*

Website adalah suatu dokumen berupa kumpulan halaman web yang saling terhubung dan isinya terdiri dari berbagai informasi berbentuk teks, suara, gambar, video, dan lainnya,

dimana semua data tersebut disimpan pada server hosting. Untuk membuka sebuah *website* maka pengguna harus memiliki perangkat (komputer, *smartphone*) yang terkoneksi dengan internet atau intranet. Halaman website atau web umumnya berbentuk dokumen dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang dapat diakses melalui HTTP atau HTTPS, suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui *web browser*.

Sebuah website memiliki alamat URL yang unik dan spesifik yang disebut dengan domain. Misalnya domain Maxmanroe.com, Google.com, Facebook.com, dan lain-lain. Website dapat diakses dengan menggunakan browser dan koneksi internet. Namun, ada beberapa website yang bisa diakses menggunakan jaringan lokal (LAN).

6. Komunikasi Langsung

Proses komunikasi tatap muka karena komunikasi secara langsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan sambil saling melihat. Komunkator dapat mengetahui efek komunikasi pada saat itu juga. Respon komunikan itu tersalurkan langsung kepada komunikator. Atau sering disebut tatap muka arus balik. Berdasarkan jumlah komunikan yang diharapkan komunikator, komunikasi tatap muka diklarifikasikan menjadi dua jenis yaitu:

a. Komunikasi interpersonal

Komunikasi Interpersonal menunjuk kepada komunikasi dengan orang lain. Komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang,

karena sifatnya *dialogis*, berupa percakapan. Komunikasi jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok-kecil. Seperti dalam pidato, pemecahan konflik.

b. Komunikasi Kelompok

Merupakan komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam satu situasi saling berhadapan dan saling melihat. Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua yaitu:

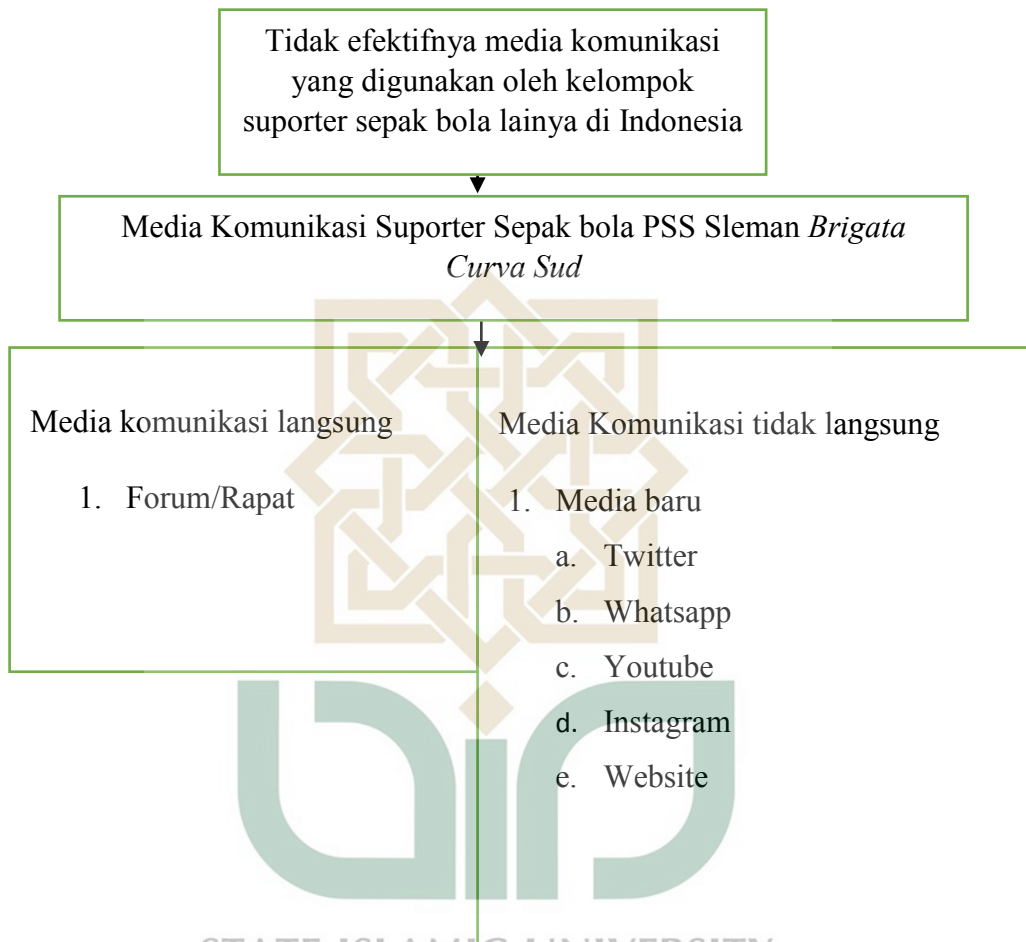
1) Komunikasi kelompok kecil

Yaitu komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada sekelompok kecil orang sebagai komunikan.

2) Komunikasi Kelompok besar

Yaitu komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada banyak orang sebagai komunikan yang tidak bisa dikenali satu persatu. Sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah umum. Biasanya bersifat formal dan lebih sulit daripada komunikasi kelompok atau antarpribadi, karena menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang.

G. Kerangka Pikiran



H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif terdapat definisi metodologi penelitian kualitatif sebagai suatu prosedur penelitian yang nantinya menghasilkan data berupa data deskriptif berbentuk kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan dalam penelitian kualitatif

diarahkan pada latar belakang dan individu secara menyeluruh. Selain itu, metode deskriptif digunakan peneliti untuk menganalisa data yang telah didapat berupa kata-kata, gambar, dan bukan data berupa angka. Data ini bisa didapatkan melalui wawancara, catatan lapangan, foto, dokumentasi pribadi, catatan atau memo, serta dokumentasi lainnya (Moleong, 2010:11).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Peran dari subjek penelitian yaitu memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Maka subjek dari penelitian ini adalah pengurus media dan Suporter PSS Sleman, *Brigata Curva Sud*. Alasan karena belum banyak penelitian terkait media komunikasi suporter sepak bola.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ingin diketahui oleh peneliti atau yang diteliti dari subjek penelitian. Maka objek penelitian media komunikasi yang digunakan suporter PSS Sleman Brigata Curva Sud

3. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber-

sumber lain yang relevan. Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah :

a. Wawancara

Pengumpulan data digunakan dengan mengadakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi mengenai seluruh aspek yang diteliti dan relevan dengan masalah penelitian. Wawancara mendalam merupakan proses yang dilakukan guna memperoleh berbagai keterangan untuk kepentingan tujuan penelitian (Bungin, 2007:108).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara untuk menentukan informan. Penerapan ini merupakan kebutuhan penelitian dan sesuai dengan kriteria informan dan berikut ini adalah data inoforman.

- 1) Nama : Helmy Nawan
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 28 Tahun
Pekerjaan : Wirausaha
Jabatan : Pengurus Konten Media BCS Channel
Instagram : helmynawan
Twitter : @helmynawan
- 2) Nama : Aand Andrean
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 25 Tahun
Pekerjaan : Wirausaha
Jabatan : Pengurus Medsos dan Media BCS Channel

- Instagram : -
Twitter : -
3) Nama : Zulfikar Nugroho
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 27 Tahun
Pekerjaan : Wirausaha
Jabatan : Koordinator Media Brigata Curva Sud
Instagram : -
Twitter : -

Sedangkan dari pihak supporter PSS Sleman *Brigata Curva Sud* adalah Informan yang sesuai kriteria yang peneliti butuhkan diantaranya : Pengguna Media Sosial dari *twitter, instagram, youtube* yang mengikuti (*follow*) akun *Brigata Curva Sud* dan mengikuti media *website Brigata Curva Sud*.

Adapun informan dari pihak supporter yang memenuhi kriteria di atas adalah sebagai berikut sebagaimana peneliti sajikan data Individu informan

- 1). Muhammad Firdan Vicananda Fauzi, lahir di Yogyakarta, 11 Maret 1996. Vican adalah orang asli Sleman Yogyakarta. Saat ini Vican adalah mahasiswa AMIKOM Yogyakarta. Vican adalah pengguna aktif media sosial twitter, Instagram, dan Youtube serta mengikuti web *bcsxpss.com* yang peneliti temui secara langsung di tempat kerjanya.
- 2) Marafi Putra Prarista, lahir 20 Januari 1996. Marafi tinggal di Kaliurang, Sleman Yogyakarta. Saat ini Marafi adalah mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta jurusan

Sosiologi. Marafia adalah pengguna aktif media sosial *twitter*, *Instagram*, dan *Youtube* serta mengikuti *website* *bcsxps.com* yang peneliti temui secara langsung di tempat kerjanya sebagai barista.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data histori. Sifat utama dari data ini adalah tak terbatas ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi dimasa lalu. Peneliti akan memperoleh data sekunder dari dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah yang diteliti, baik berupa foto atau laporan tertulis.

4. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data Model Miles dan Huberman dalam (Emzir: 2012: 129) yang disebut dengan *interactive* model, yang terdiri dari tiga elemen yaitu:

a. Reduksi data

Merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan dan penyaringan data yang diperoleh dari studi literatur dalam dokumen yang relevan dengan masalah yang diteliti.

b. Display data

Display data yang dilakukan merupakan penyajian secara deskriptif atau naratif data yang telah direduksi dalam bentuk laporan yang sistematis.

c. Penarikan atau Verifikasi Kesimpulan

Merupakan penarikan kesimpulan dengan berangkat dari rumusan masalah atau tujuan penelitian kemudian diperiksa kebenarannya untuk menjamin keabsahannya.

5. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data diperlukan untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Perlu adanya pengecekan terhadap data atau menjadi pembandingan terhadap data tersebut (Moleong, 2010:330).

Teknik triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan. Triangulasi dengan sumber berarti melakukan pembandingan dan pengecekan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu serta alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut dapat tercapai dengan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Dalam rangka menguji keabsahan data, peneliti menelusuri pula informasi dari berbagai sumber di luar subjek penelitian yakni berupa praktisi bidang komunikasi dan sosial. Berikut adalah data diri praktisi bidang komunikasi dan sosial yang peneliti jadikan sebagai sumber untuk triangulasi data:

Nama : Dr.Hempri Suyatna, S.Sos, M.Si

Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 8 Juli 1978

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Ngemplak Caban Tridadi Sleman

Profesi :Dosen Ilmu Sosiatri/Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan Fisipol UGM

Pengalaman Organisasi :Koordinator litbang supporter wanita Slemania 2005-2008

Pernah menjadi supporter PSS Slemania.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini sampai pada kesimpulan bahwa berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dipaparkan secara terperinci pada pembahasan, penelitian ini menjelaskan bagaimana pemanfaatan media komunikasi *Brigata Curva Sud* sebagai suporter PSS Sleman di Yogyakarta. Peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan media yang digunakan oleh *Brigata Curva Sud* yaitu:

1. Komunikasi langsung yang digunakan oleh *Brigata Curva Sud* dengan forum/rapat menggunakan metode komunikasi secara kelompok dimana komunikator dan komunikan berada dalam satu situasi saling berhadapan dan saling melihat sehingga menjadi komunikasi yang efektif dapat secara langsung menyelesaikan masalah dan juga dapat menghindari kesalah pahaman satu sama lain.
2. Komunikasi Tidak Langsung yang digunakan oleh *Brigata Curva Sud* dengan *new media* menjadi langkah yang efektif bagi kelompok suporter PSS Sleman *Brigata Curva Sud*. Menggunakan media sosial seperti Twitter, Instagram, Youtube, Whatsapp, dan Website.
 - a. Twitter

Brigata Curva Sud menggunakan media *twitter* sebagai motivasi dan informasi guna meningkatkan kekompakan kelompok, peneliti melihat bahwa *Brigata Curva Sud* telah memanfaatkan media sosial dengan positif sebagai alat pemersatu mereka, sehingga akan timbul komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati. Hal tersebut merupakan strategi untuk mempermudah

berkomunikasi tanpa harus saling bertatap muka dengan tweet-tweet yang mengandung motivasi serta edukasi sehingga dapat timbulnya rasa solidaritas dengan memanfaatkan media sosial twitter. Serta *Brigata Curva Sud* membuat akun @UGDforPSS untuk menumbuhkan rasa peduli/ empati kepada teman-teman BCS yang membutuhkan dana untuk *awaydays*.

b. Website

Brigata Curva Sud menggunakan *website* sebagai wadah informasi dan edukasi yang resmi sehingga menjadi sebuah strategi dengan menggunakan media digital dikarenakan kebanyakan supporter PSS Sleman adalah anak sekolah dan mahasiswa untuk menjelaskan bahwa *Brigata Curva Sud* memiliki sebuah pedoman yang di pegang teguh oleh *Brigata Curva Sud* yang sering di sebut *Manifesto*, ada 8 (delapan) *manifesto* yaitu *No ticket No Game*, *Mandri Menghidupi*, *No Politica*, *Still Solo*, *Awaydays*, *Sebatas Pagar Tribun*, *No Leader Just Together*, *Ora Muntir*.

c. Whatsapp

Brigata Curva Sud menggunakan *whatsapp* sebagai alat komunikasi yang efektif dan sangat mudah untuk diakses sehingga membuat percakapan yang ringan serta dapat menjalin pertemanan satu sama lain. komunikasi dari komunitas yang bersifat cair dan tidak kaku, menimbulkan rasa solidaritas setiap diri mereka, untuk menimbulkan rasa empati dan simpati, dimana saat terjadi sesuatu ada rasa kekeluargaan yang tinggi.

d. Youtube

Youtube Brigata Curva Sud digunakan untuk berbagi video sebagai bentuk apresiasi kepada diri sendiri dan juga sebagai koreksi diri sebagai suporter sepak bola. Sebagai bentuk contoh kepada suporter sepak bola lainnya bahwa *image* suporter tidak hanya pad kerusuhan tetapi dengan mendukung bernyayi selama 90 menit dengan tambahan koreografi dapat merubah stigma masyarakat yang negatif menjadi positif.

e. Instagram

Media sosial Instagram digunakan Brigata Curva Sud sebagai alat informasi dan edukasi kepada suporter PSS Sleman khususnya BCS sendiri untuk tetap fokus mendukung PSS Sleman dimanapun dan kapanpun tanpa adanya hal yang negatif.

f. Forum/rapat

Brigata Curva Sud menggunakan prinsip ketika forum/rapat tidak adanya ketua maupun wakil bahkan bawaahan, semua sama, semua setara tidak ada tingkatan satu sama lain meskipun berbeda pekerjaan, jabatan, maupun usia. Sehingga membuat sebuah percakapan didalam rapat menjadi cair dan tidak tegang. Sehingga komunikasi akan menjadi efektif dan dibangun dengan suasana kekeluargaan membuat mempengaruhi hal yang positif satu sama lain untuk mencapai tujuan secara bersama

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi membahas tentang strategi media komunikasi kelompok supporter sepak bola sangat sedikit. Oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya, apabila memang tertarik untuk mengkaji strategi media komunikasi kelompok supporter sepak bola, dapat mengkaji lebih dalam, karena peneliti hanya menjelaskan gambaran umum tentang strategi media komunikasi kelompok supporter sepak bola. Hal ini menarik agar memperkaya fokus studi strategi media komunikasi kelompok supporter sepak bola lebih mendalam lagi.

2. Bagi Pembaca

Bagi pembaca yang sudah *expert* dalam bidang strategi media komunikasi khususnya supporter sepak bola agar dapat mengkritisi kekurangan dari penelitian ini, karena penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan harapan penelitian ini akan lebih disempurnakan lagi oleh penelitian selanjutnya, sementara bagi pembaca yang sedang mencari referensi untuk penelitiannya, agar dapat mempelajari dengan beberapa dari referensi lain agar terdapat perbandingan agar semakin memperkaya bacaannya dan memperkuat landasan penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chols, J. M dan Hassan, 1988, S. *Kamus Bahasa Inggris – Bahasa Indonesia*, Jakarta: Gramedia.
- Riswandi, 2009, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta Barat, Graha Ilmu.
- Rohim H.Syaiful, 2009, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi*, Jakarta, Rinika Cipta
- Nasution Zulkarnaen, 2009, *Solidaritas Sosial dan Partisipasi Masyarakat Desa Transisi*, Malang, UMM.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Sosial Budaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Syahputra Iswandi, 2016, *Pemuja Sepak Bola*, Jakarta, Kepusakaan Populer Gramedia
- Juaedi Fajar, 2014, *Merayakan Sepak Bola*, Yogyakarta, Litera Yogyakarta dan Fandom
- Mulyana Deddy, 2001, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchayana, 2003, *ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Jakarta, Erlangga
- Effendy, Onong Uchayana, 1986, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung, Alumni
- Muhammad Arni 2001 *Komunikasi Organisasi*. Cetakan keempat, Bumi Aksara, Jakarta.
- Jhon Little adn Foss, 2002, *Theories Of Human Communication*, California, Publish Company

Soekanto, 1990, S. Sosiologi, *Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.

Nasution Zulkarnain, 2009, *Solidaritas Sosial dan Partisipasi Masyarakat Desa Transisi*, Malang, UMM Press

McQuali, Denis.2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Nasrullah, Ruli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media.

Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosda Karya

Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada

Arsyad ,2002, *Karakteristik Media Pembelajaran*, Jakarta,PT Raja Garfindo Perasada.

Effendy ,2008, *Dinamika Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosda Karya

Weaver, W, 1949, Recent Contributions to the mathematical theory of communication. In C. E. Shannon and W. Weaver ,The Mathematical Theory of Communication Urbana University of Illinois Press.

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.

Emzir, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif : Analisis Data*. Jakarta :
Rajawali Pers

Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi,
Kebijakan, Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
PrenadaMedia.

Skripsi:

Sukron Mahmud 2014 KEGIATAN EKONOMI DAN SOSIAL
KEAGAMAAN SUPORTER SEPAK BOLA BRIGATA
CURVA SUD SLEMAN YOGYAKARTA Mahasiswa
program Sudi Sosiologi Agama Fakultas Ushuludin dan
Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

Yanuar Hamid 2018 STUDI KASUS DINAMIKA MANAJEMEN
FANATISME KELOMPOK SUPRTER BRIGATA
CURVA SUD DAN BRAJAMUSTI' Mahasiswa Program
Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta Tahun.

Alviana Cahyanti 2016 KOMUNIKASI PEMASARAN DAN
MEDIA BARU (Studi deskriptif Kualitatif pada akun
Instagram @pancakescompany)" Yang ditulis oleh Alviana
Cahyanti Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi
fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

LAMPIRAN

INTERVIE GUIDE

- Personal Pengurus atau anggota Suporter PSS Sleman Brigata Curva Sud
 1. Bagaimana pengetahuan anda mengenai supporter sepak bola?
 2. Siapakah yang anda idolakan di klub yang anda bela?
 3. Kelompok supporter klub atau daerah mana yang anda jadikan panutan?
 4. Bagaimana anda mewujudkan kecintaan terhadap klub yang anda bela?

- Strategi Media Komunikasi Suporter PSS Sleman Brigata Curva Sud
 1. Apa saja bentuk dan isi komunikasi yang dilakukan teman-teman Brigata Curva Sud?
 2. Apa langkah awal yang dilakukan oleh Brigata Curva Sud dalam menentukan strategi media komunikasi?
 3. Apakah Anda merasa komunikasi yang dilakukan antara teman teman BCS satu sama lainnya berjalan dengan baik?
 4. Bagaimana intensitas komunikasi kelompok ini?
 5. Media apa saja yang digunakan Brigata Curva Sud untuk meningkatkan komunikasi terhadap teman-teman BCS lainnya, serta bentuk aktifitas yang dilakukan oleh BCS?
 6. Mengapa menggunakan media komunikasi tersebut?
 7. Apakah media tersebut efektif untuk melakukan komunikasi kepada semua rekan-rekan BCS?
 8. Keuntungan apa yang diperoleh Brigata Curva Sud dengan melakukan kegiatan komunikasi ini?

9. Apakah Anda merasa nyaman dan puas dengan pola komunikasi yang diterapkan di kelompok ini? Apa alasannya?
 10. Sejarah berdirinya Media Brigata Curva Sud
 11. Visi misi Media Brigata Curva Sud
 12. Sturuktur Organisasi Media Brigata Curva Sud
 13. Lahirnya UGD for PSS
 14. Isi Web BCSXPSS
 15. Chants mengaruh terhadap solidaritas
 16. Koreo mempengaruhi solidaaritas
 17. Komunitas
- Solidaritas Suporter PSS Sleman
 1. Strategi komunikasi apa saja yang digunakan BCS dalam membangun solidaritas sesama BCS?
 2. Apakah dengan strategi komunikasi tersebut mempengaruhi solidaritas sesama teman BCS?
 3. Apakah sudah cukup efektif yang sudah dilakukan oleh Media Brigata curva Sud untuk meningkatkan solidaritas?
 4. Upaya apa saja yang anda (baik pengurus maupun anggota) lakukan untuk dapat menumbuhkan dan mempertahankan rasa loyalitas dan solidaritas teman-teman Brigata Curva Sud?
 5. Seperti apa bentuk kekompakan serta solidaritas Brigata Curva Sud menurut Anda? Berikan contohnya.
 6. Seberapa besar Solidaritas Anda terhadap kelompok? Apa buktinya?
 7. Apa yang Anda lakukan untuk menjaga kekompakkan kelompok ini?
 8. Apakah Anda selalu berusaha untuk menjaga keutuhan Brigata Curva Sud? Bagaimana caranya?

9. Apakah ada pertemuan rutin? Berapa kali dalam sebulan? Dimana? Apakah Anda ikut serta?
10. Bagaimana bentuk diskusi / rapat yang dilakukan oleh teman-teman Brigata Curva Sud ? (beri gambaran)
11. Biasanya apa yang dibahas ketika melakukan pertemuan rutin?
12. Seberapa antusias teman-teman Brigata Curva Sud dalam mengikuti pertemuan rutin tersebut?
13. Bagaimana antusiasme anggota kelompok untuk mencapai tujuan ?
14. Bagaimana usaha menjadikan kelompok lebih baik dan berprestasi ?
15. Bagaimana pengurus mengarahkan anggota ketika didalam stadion?

FOTO



Wawancara dengan Informan Aand and Andrian



Wawancara dengan infroman Helmy Nawan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Wawancara dengan Informan Dr.Hempri Suyatna, S.Sos,
M.Si
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Biodata Peneliti



Nama : Mumtaz Hifzi Azamy
Tempat Tanggal Lahir : Cilacap, 24 Juni 1996
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Cupuwatu 1, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta
No Hp : 085643761996
Email : mumtazhifzi@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

2001-2008 : SD IT Baitussalam Prambanan
2008-2011 : SMP N 3 Kalasan
2011-2014 : SMA N 2 Ngaglik

2014-sekarang : Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas
Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan
Kalijaga, Yogyakarta

