

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Latar Belakang**

Pada proses interaksi antar manusia faktor terpenting ialah komunikasi, komunikasi tergantung dengan manusia (individu) yang lain disekitarnya. Apabila individu tidak melakukan komunikasi dengan orang lain, maka mereka tidak memiliki arti hidup. Mengutip Effendy (2000 : 33) bahwa kunci dari proses komunikasi ialah proses penyampaian pesan melalui komunikator untuk komunikasi berupa lambang (*symbol*) yang menjadi media atau salurannya. Lambang biasanya diartikan dengan bahasa, melainkan pada konteks komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan berupa gerak tubuh (*gesture*), warna, gambar, dan lain sebagainya.

Hampir semua peristiwa komunikasi yang terjadi pada manusia selalu menggunakan lambang-lambang verbal dan nonverbal secara bersamaan. Keduanya, bahasa verbal dan nonverbal, memiliki sifat holistik, yang dimana masing-masing selalu digunakan dan tidak dapat dipisahkan. Dalam berlangsungnya komunikasi, bahasa nonverbal menjadi komplemen atau pelengkap bahasa verbal.

Pada bidang olahraga, komunikasi juga mempunyai peran yang sangat penting, maka kita mengetahui pengembangan kajian tentang komunikasi

olahraga (*Sport Communication*). Meminjam pemikiran dari Pendersen *et al.* dalam Syadzwinia *et al.* (2014 : 2) *Sport Communication* didefinisikan sebagai suatu proses dimana pihak yang terlibat dalam olahraga, ataupun pengaturan dalam olahraga dan juga pemilik saham dalam industri olahraga yang bersangkutan. Para pelaku komunikasi tersebut menciptakan makna interaksi melalui simbol. Sepakbola adalah salah satu cabang olahraga yang menerapkan konsep komunikasi olahraga tersebut, Contoh konsep komunikasi olahraga pada sepakbola ialah pengungkapan pesan verbal ataupun non verbal, dari seorang penggemar atau yang biasanya kita sebut dengan suporter.

Sepak bola erat kaitannya dengan penggemar (fans). Banyak kajian yang membahas tentang makna fans. Seperti, (Fuller, 2016) menjelaskan bahwa suporter Indonesia khususnya suporter di kota solo sangat berkontribusi signifikan bagi klub Persis Solo, (Ni'am dan Utomo, 2013) menjelaskan tentang bentuk fanatisme kelompok suporter BCS dalam mendukung PSS Sleman, (Octavianti dan Hutapea, 2017) membahas tentang bagaimana kontribusi peran gender dan kecocokan dalam agresivitas remaja putri suporter sepak bola, (Syadziwina *et. al.*, 2014) yang membahas tentang perilaku komunikasi verbal dan nonverbal yang ditunjukkan oleh suporter PSM Makasar dibentuk dari identitas diri mereka dan identitas mereka terhadap masyarakat, yang berupa atribut, aksi, koreografi di dalam tribun, dan spanduk.

Klub sepak bola dan fans memiliki ikatan emosional yang kuat. Mereka tergabung dalam kelompok-kelompok yang memiliki nilai-nilai, aturan dan ritual mereka sendiri. Hal tersebut dikomunikasikan dalam bentuk simbol-simbol verbal

atau nonverbal seperti seragam (*T-shirt*), logo, syal, topi, nyanyian, atau yel-yel. Semua hal yang dilakukan tersebut untuk membangun karakter, cinta dan loyalitas kepada klub. Di sisi lain, pembentukan identitas dan loyalitas cenderung terbentuk di dalam *in group* dan *out group* yang menghasilkan perasaan untuk mendorong keyakinan positif atau negatif (*stereotype*).

Dalam sepak bola, fanatisme menjadi bahasa yang banyak digunakan. Lucky dan Setyowati (2013:186) menjelaskan bahwa fanatisme adalah situasi di mana seseorang ataupun kelompok yang menganut politik, agama, budaya atau ideologi lain dengan cara mengarah berlebihan untuk efek yang kurang baik dan bahkan cenderung menyebabkan permusuhan serius dan konflik. Fans fanatisme pada suatu tim tersebar melalui bahasa. Ide fanatisme disosialisasikan melalui bahasa dan tindakan fanatisme. Dengan demikian, fanatisme melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Bahasa menjadi saluran internalisasi dan eksternalisasi dalam membangkitkan pendukung atau penggemar fanatik. Fans menyebut diri mereka sebagai “*Red Devil*”, “*Liverpudlian*”, dan “*The Gunner*” di Inggris *Premier League*. Di Indonesia sendiri, adapun fans menyebut diri mereka sebagai “*The Jack*”, “*Bobotoh/Viking*”, “*Aremania*”, dan “*Bonek*”. Nama-nama mereka adalah pendukung ekspresi dalam upaya internalisasi dan eksternalisasi diri mereka sebagai penggemar.

Bonek adalah salah satu fans fanatik yang terbesar di Indonesia. Bonek adalah julukan fans (suporter) bagi klub Surabaya yang bernama Persebaya. Bonek atau *bondo nekat* julukan suporter Persebaya berakronim jawa yang berarti “*bondo*” bermakna bermodal dan “*nekat*” atau tekat yang tinggi. Penamaan Bonek

sendiri awalnya muncul dari berita yang ditulis oleh Slamet Urip Pribadi, seorang wartawan Jawa Pos, kala meliput pertandingan Persebaya. Penamaan Bonek sendiri tidak lepas dari upaya membangkitkan semangat suporter Persebaya yang pada pertengahan dekade 1980-an tengah mengikuti kompetisi perserikatan yang mempertemukan perserikatan sepak bola dari berbagai daerah (Junaedi, 2012:58).

Sebagai salah satu suporter yang terbesar di Indonesia, Bonek adalah suporter yang sangat ikonik. Terbukti Bonek menjadi pelopor suporter Indonesia pertama untuk mendukung klub di laga tandang (*away*) secara massif dan terorganisir serta memakai atribut seragam yang berwarna hijau untuk mendukung tim Persebaya ke Stadion Utama Senayan, Jakarta (sekarang berganti nama menjadi Gelora Bung Karno). Peristiwa ini disebut dengan *Tret..tret..tret*. Penamaan *Tret..tret..tret* sendiri datang dari Dahlan Iskan yang terinspirasi dari bunyi terompet yang ditiup berulang-ulang.

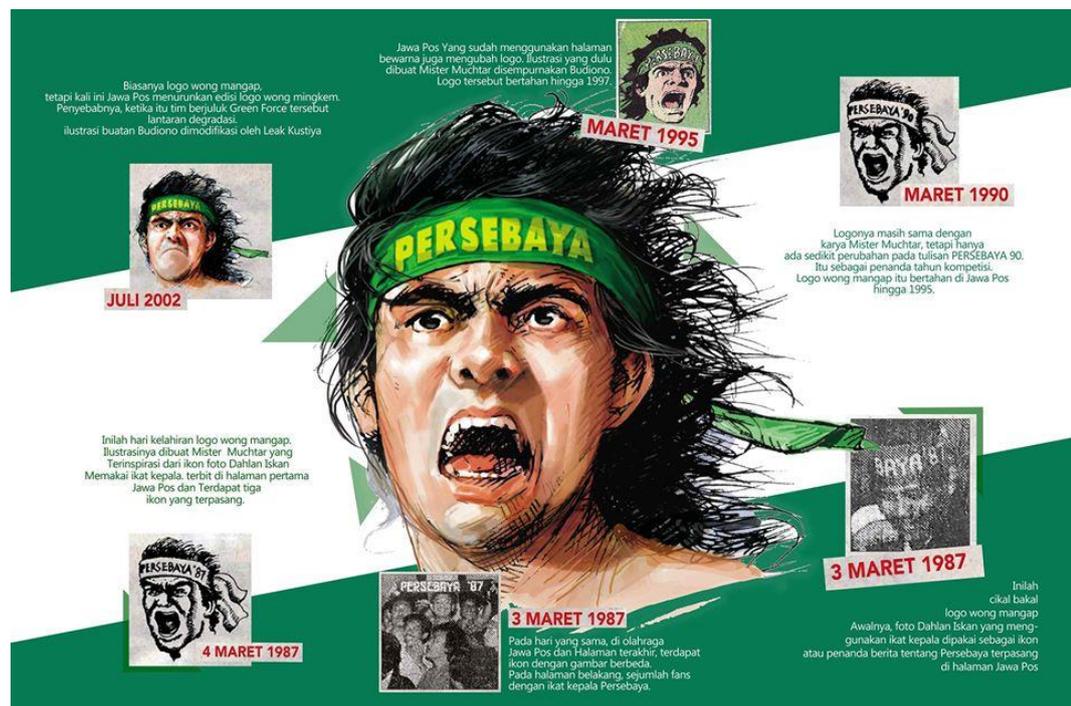
Toomey (1999 : 115) mendefinisikan komunikasi non verbal sebagai perilaku non linguistik (atribut) yang secara sadar atau tidak sadar digambarkan dan dikodekan melalui berbagai saluran komunikasi. Menurut definisi Toomey tentang komunikasi non verbal apa yang dilakukan Bonek dalam perjalanan *Tret..tret..tret* adalah bagaimana bonek ingin memberitahukan dengan sadar maupun tidak sadar bahwa identitas mereka sebagai suporter yang kompak (*solid*) ataupun militan.

Hal ikonik lainnya dari Bonek ialah logo *Wong Mangap*. Munculnya logo *Wong Mangap* ketika adanya peristiwa *Tret..tret..tret* pertama kali dilakukan saat

Persebaya melawan Persija Jakarta pada 1 Maret 1987. Logo *Wong Mangap* dibuat oleh Mister Muhtar yang mengkreasikan ide dari Dahlan Iskan dengan merujuk pada semangat kepahlawanan pada peristiwa 10 November 1945. Dalam perkembangannya logo *Wong Mangap* mengalami proses perubahan bentuk ketika di tangan Budiono, seorang kolega Mister Muhtar di Jawa Pos. Budiono memberi warna baru pada logo *Wong Mangap* dengan lebih menghadap ke depan dan menjadi lebih naturalis ketimbang gambar awal dari Mister Muhtar yang lebih cenderung realis.

### Gambar 1.1

#### Evolusi Logo *Wong Mangap* dari masa ke masa



Sumber: Facebook Official Persebaya

Pada peristiwa *Tret..Tret..Tret* Bonek menggunakan atribut seragam, yaitu menggunakan kaos yang bertuliskan “Kami Haus Gol Kamu” dan disertai logo

*Wong Mangap*. Ide Menggunakan kaos seragam hijau tersebut muncul dari Dahlan Iskan pada saat ke Inggris ketika melihat suporter Chelsea bergerak secara berombongan ke stadion dengan memakai atribut yang seragam berwarna biru.

**Gambar 1.2**

**Bonek saat pertama kali *Tret..Tret..Tret* tahun 1988**



**Sumber: Instagram @bonekoldschool**

Mengutip perkataan Kefgen dan Touchie dalam Rakhmat (2003:292) “Pakaian menyampaikan pesan. Pakaian terlihat sebelum suara terdengar. Pakaian tertentu berhubungan dengan perilaku tertentu”. Pakaian Bonek yang seragam saat peristiwa *Tret..tret..tret* digunakan untuk menyampaikan identitas dan untuk mengungkapkan kepada orang lain bahwa Bonek ialah pendukung Persebaya yang militan dan penuh semangat.

Pada dewasa ini, setiap pertandingan Persebaya, Bonek memiliki cara mereka sendiri untuk mendukung klub kebanggaan mereka. Saat di lapangan Bonek mengenakan atribut atau simbol-simbol untuk berkomunikasi dengan tim kesayangannya dan berkomunikasi dengan khalayak sebagai kode atau pemaknaan bahwa suporter tersebut memiliki kebersamaan (fanatik) yang besar dalam mendukung tim kebanggannya. Depari dalam Suranto (2010 : 3) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampain pesan, pikiran, dan harapan yang disampaikan lewat lambang tertentu dan memiliki arti yang dilakukan oleh penyampai pesan dan ditunjukkan untuk penerima pesan.

Dalam perspektif interaksi simbolik menurut Mulyana dalam Ahmadi (2008 : 312) menjelaskan bahwa interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol-simbol yang diberi makna. Sadar atau tidak sadar, saat Bonek menggunakan atribut hijau-hijau adalah bagaimana mereka (Bonek) ingin mengkomunikasikan sesuatu melalui simbol-simbol yang bermakna.

Proses penyampaian pesan Bonek dalam hal ini ialah melakukan perilaku komunikasi verbal maupun nonverbal. Mereka memperlihatkan beberapa komunikasi verbal maupun nonverbal dengan cara yang beragam, seperti menggunakan baju hijau yang sangat ikonik dengan Persebaya maupun bonek itu sendiri. Penggunaan syal, topi, dan asesoris lainnya mendukung identitas mereka yang sangat militan. Sorakan, nyanyian, dan koreografi 3D di setiap tribun sebagai tanda bonek sedang “mengintimidasi” mental klub lawan saat pertandingan.

Sementara itu, seiring perkembangan waktu mulai muncul kelompok-kelompok suporter pada Bonek. Kelompok-kelompok suporter tersebut diantaranya, Green Nord'27 yang berapada pada sisi utara Stadion Gelora Bung Tomo, Tribun Kidul yang berada pada sisi selatan, Tribun Timur yang beraoda di Timur, dan Gate Jhoner 21. Kelompok-kelompok Bonek tersebut biasanya menaungi komunitas-komunitas Bonek daerah di Surabaya.

Banyak ragam etnis di Surabaya menjadikan warna baru didalam dunia persepakbolaan Indonesia khususnya di kota Surabaya. Begitu juga dengan Bonek, Bonek tidak memandang ras, etnis, atau tingkat sosial saat mendukung Persebaya Surabaya di dalam tribun. "*kabeh iku dolor*" akronim jawa yang sering dikumandangkan di dalam tribun oleh bonek yang berarti semua itu sodara, boleh kita diluar tribun beda tingkat sosial, ras, etnis, tapi kalau sudah di dalam tribun kita sodara.

Bonek tidak hanya dari golongan tertentu, contohnya ada Bonek yang bertnis Tionghoa. Bonek Tionghoa sebenarnya sudah pernah eksis untuk mendukung Persebaya, mereka tergabung dalam komunitas Bonek Oriental. Hampir semua anggota komunitas Bonek Oriental adalah keturunan etnis Tionghoa. Mereka mempunyai identitas mereka sendiri yang di gambarkan melau logo yang mereka buat. Kombinasi antara Yin & Yang berwarna merah dan kuning yang di tambah dengan logo kota Surabaya yaitu *Suro* dan *Boyo*, dan di tambah bambu yang merepresentasikan Negara Tirai Bambu yaitu Negeri China.

**Gambar 1.3**  
**Logo Bonek Oriental**



**Sumber: Dokumentasi Informan**

Menurut Budyatna dan Ganiem (2014 : 110) komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan atau informasi yang di komunikasikan tidak dengan kata-kata atau *nonlinguistik*. Penggunaan logo yang dilakukan oleh Komunitas Bonek Oriental pada waktu itu adalah ingin menunjukkan walaupun mereka beretnis Tionghoa mereka juga bagian dari Bonek dan menunjukkan kecintaannya kepada Persebaya.

Dalam perjalanannya selama mendukung Persebaya, Bonek Tionghoa (Bonek Oriental) selain mendukung dengan cara menonton langsung di stadion, Bonek Tionghoa juga mendukung dengan cara bakti sosial seperti bagi-bagi takjil saat bulan puasa, ikut menjaga kelenteng saat imlek, dan bakti masyarakat. eksistensi Bonek Tionghoa waktu itu meluas dengan cepat di kalangan teman-

teman Bonek lainnya. Bonek Tionghoa juga memberi warna baru dalam kancah persuporteran di kalangan Bonek sendiri dan juga suporter di Indonesia.

**Gambar 1.4**

**Komunitas Bonek Oriental Saat Bagi-Bagi Takjil**



**Sumber: Dokumentasi Informan**

Sering waktu, Bonek Tionghoa (Bonek Oriental) terus berkurang dan yang bertahan hanya beberapa orang. Menurut Aditya Pratama (Cak Ganonk) tidak adanya regenerasi atau penerus dari Komunitas Bonek Oriental sendiri dikarenakan setelah lulus kuliah mereka fokus bekerja atau meneruskan usaha orang tua.

Walaupun berkurang, Bonek Tionghoa masih tetap ada untuk mendukung langsung atau menonton di stadion walaupun *independent* atau tidak tergabung dalam komunitas. Mungkin pada saat ini perbandingan Bonek Tionghoa saat mendukung langsung ke stadion 1:1000 dengan Bonek lainnya. Walaupun mereka Tionghoa, mereka mempunyai kecintaan yang sama yaitu kecintaan dengan Persebaya dan warga Surabaya asli.

Guilianotti dan Amstrong dalam Junaedi (2012 : 74) mengemukakan suporter sepakbola pada dasarnya adalah *topophilia*, yang membangkitkan kedekatan (*Proximity*) dengan tempat tinggal mereka. Begitu juga dengan Bonek Tionghoa, walaupun mereka minoritas atau berbeda etnis tetapi mereka mempunyai kedekatan dengan bonek, entah itu mereka sejak kecil di Surabaya atau pengalaman lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengalaman dan pemaknaan pada Bonek Tionghoa dalam komunikasi verbal maupun nonverbal mereka dalam mendukung klub Persebaya Surabaya.

Penelitian ini memfokuskan pada pengalaman Bonek Tionghoa dan pemaknaannya dalam mendukung klub Persebaya Surabaya. Oleh karena itu penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena berfokus pada pemaknaan Bonek Tionghoa yang notabene adalah etnis yang minoritas. Dalam proses pengumpulan data terhadap Bonek Tionghoa, peneliti melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam kemudian ditulis dalam bentuk laporan berupa tulisan esai dan didukung dengan dokumentasi berupa gambar (foto). Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi karena bermaksud untuk mendeskripsikan makna dari pengalaman hidup yang di alami oleh narasumber, terhadap konsep dan fenomena tertentu demi menjabarkan bentuk kesadaran manusia.

Kajian ini penting untuk dilakukan mengingat kajian-kajian penelitian tentang suporter yang berbeda etnis belum pernah diteliti sebelumnya. Subjek penelitian ini adalah orang-orang beretnis Tionghoa yang melakukan tindakan mendukung klub Persebaya Surabaya di luar dan di dalam stadion. Sedangkan objek penelitian ini ialah pengalaman dan pemaknaan Bonek Tionghoa dalam melakukan komunikasi verbal dan nonverbal saat mendukung klub Persebaya Surabaya di dalam maupun diluar lapangan.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Pada penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana pengalaman dan pemaknaan Bonek Tionghoa dalam mendukung klub Persebaya Surabaya?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan penjelasan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

Untuk mengetahui bagaimana Pengalaman dan Pemaknaan Bonek Tionghoa dalam mendukung klub Persebaya Surabaya.

## **I.4. Batasan Masalah**

Penelitian ini terbatas terhadap pengalaman dan pemaknaan Bonek Tionghoa dalam mendukung klub Persebaya Surabaya.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **I.5.1. Manfaat Teoritis/Akademis**

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan kajian baru dibidang studi Ilmu Komunikasi, terutama dibidang suporter yang bertajuk komunikasi verbal maupun nonverbal.
- b. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi bahan referensi atau bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai kajian tentang suporter.

### **I.5.2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat tentang keberadaan Bonek Tionghoa bagi Bonek lainnya dan suporter-suporter klub lain di Indonesia
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau informasi terhadap kelompok-kelompok apapun (terutama suporter) yang di dalamnya terdapat berbagai etnis atau latar belakang yang berbeda.