

**MEDIATISASI IDENTITAS JUVENTUS DI KOTA SOLO
(Deskriptif Kualitatif Identitas Suporter Juventus di Solo)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh :

SHADIK HASANI

L100100002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**MEDIATISASI IDENTITAS ULTRAS JUVENTUS DI KOTA SOLO
(Deskriptif Kualitatif Identitas Suporter Juventus di Solo)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

SHADIK HASANI

L100100002

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Yudha Wirawanda, S.Ikom, MA
NIK. 100.1747

HALAMAN PENGESAHAN

MEDIATISASI IDENTITAS JUVENTUS DI KOTA SOLO
(Deskriptif Kualitatif Identitas Suporter Juventus di Solo)

OLEH

SHADIK HASANI

L 100 1000 02

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Komunikasi & Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat 08 Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Yudha Wirawanda, S. Ikom., MA
(Ketua Dewan Penguji)
2. Sidiq Setyawan, M.Ikom
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Agus Triyono, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Nurbiyatna, ST., M.Sc., Ph.D

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 27 November 2017

Penulis



SHADIK HASANI

L100100002

MEDIATISASI IDENTITAS JUVENTUS DI KOTA SOLO (Deskriptif Kualitatif Identitas Suporter Juventus di Solo)

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui mediatisasi ultras yang ditunjukkan oleh anggota Juventini Solo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah suporter Juventus yang tergabung dalam komunitas Juventus Club Indonesia Solo. Obyek penelitian adalah kajian penelitian identitas yang meliputi dokumentasi wawancara, teori konstruksi sosial dan teori identitas sosial. Teknik atau metode pengumpulan data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara dan pengamatan di lapangan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif.

Identitas informan sebagai seorang Juventini ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari yaitu dengan menggunakan pernak-pernik Juventus sebagai wujud kecintaannya terhadap Juventus. Identitas ultras ditunjukkan dengan identitas yel-yel, nyanyian, dan tarian yang identik dengan fans pendukung dari Italia. Peran media elektronik terutama televisi dan media cetak telah mempengaruhi seseorang untuk melakukan hal-hal seperti yang dilakukan suporter Juventus di negaranya. Dengan melihat televisi,uforia di Italia dapat dilihat langsung oleh anggota Juventini Solo, hal ini mendorong Juventini Solo untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang dia lihat sebagai pendukung Juventus di televisi.

Kata kunci : Identitas, fans, sepakbola, Juventus

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the mediatization of ultras shown by Juventini Solo members. This research uses ethnographic research method. Research subjects are Juventus supporters who are members of Juventus Club Solo Indonesia community. Technique of collecting data in this research is interview and observation in field. Data analysis technique in this research is qualitative.

The identity of the informant as a Juventini is shown in everyday life by using Juventus trinkets as a form of his love of Juventus. The identity of the ultras is indicated by the identities of yells, songs, and dances that are identical with the support fans from Italy. The role of electronic media especially television and print media has influenced a person to do things like that of Juventus supporters in his country. By viewing television, Italian uforia can be seen directly by members of Juventini Chapter Solo, it encourages Juventus Solo to do something in accordance with what he sees as Juventus supporters on television.

Keywords: *identity, fans, football, Juventus*

1) PENDAHULUAN

Sejarah kehadiran suporter sepakbola sudah sama tuanya dengan kemunculan olahraga sepakbola itu sendiri. Peran suporter sebagai performer menemui lahan subur di era abad ke-19, tepatnya diawali dengan berdirinya asosiasi sepakbola

Inggris, yaitu Football Association (FA) pada tahun 1863. Munculnya fenomena suporter terorganisir (komunitas suporter) ini dipelopori oleh suporter negara-negara di benua biru. Inggris terkenal memiliki banyak sekali memiliki suporter yang fanatik kepada klub sepakbola yang mereka cintai. Saking cintanya, ada beberapa fans klub sepakbola menjadikan klub kesayangan mereka seperti dewa yang akan selalu mereka bela sampai mati. Suporter West Ham United F.C. adalah pengikut klub sepak bola Inggris pertama yang berasal dari London Barat. Suporter mereka juga terkait dengan elemen hooliganisme sepak bola. Hooligan adalah konsep mereka untuk menjadi landasan utama untuk menghalangi tekanan dari suporter klub lawan mereka. Kemunculan hooligans disusul dengan kemunculan beberapa suporter di wilayah lain seperti Italia yang biasa dikenal sebagai Ultras, kemudian menyebar ke Denmark dengan sebutan Rolligan, dan di Skotlandia yang dikenal sebagai Tartan Army (Handoko, 2008).

Suporter memiliki cara mereka sendiri, dengan menggunakan atribut-atribut untuk berkomunikasi dengan tim dan berkomunikasi dengan khalayak lainnya sebagai bukti kefanatikan mereka terhadap klub kebanggaannya. Perilaku komunikasi ini bisa terlihat dalam berbagai situasi dan keadaan. Seperti yang dikatakan Everett M. Rogers bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Cangara, 2011).

Ultras memelopori gerakan suporter yang amat terorganisir (*highly organized*) dengan gaya dukung teatral yang kemudian menjalar ke negara-negara lain. Model dukungan ala ultras ini menjadi kondang karena menampilkan pertunjukan-pertunjukan spektakuler meliputi kostum yang terkoordinir, kibaran aneka bendera, spanduk raksasa, pertunjukan bom asap warna-warni, nyala kembang flares, koor lagu dan koreografi. Pertunjukan tersebut dipimpin oleh seorang capo tifoso dengan menggunakan pengeras suara untuk memandu selama jalannya pertandingan. Dengan kemegahannya, maka aksi ultras di stadion pun menjadi rujukan dan referensi bagi suporter-suporter negara lain, termasuk di Indonesia yang termasuk sebagai salah satu negara yang mempunyai komunitas suporter fanatik di dunia.

Menurut Su'udi (2006) bahwa setiap klub dari level terendah pasti memiliki penggemar fanatik karena adanya ikatan kedaerahan, keluarga, golongan atau simpatik dengan pemainnya. Suporter Indonesia tidak hanya mendukung tim-tim lokal saja, tetapi ada juga yang membela tim dari luar negeri. Suporter berkumpul untuk memberikan dukungan kepada timnya agar bisa menang, salah satunya adalah suporter Juventus atau akrab disebut Juventini. Juventus merupakan klub kebanggaan dari Italia yang didirikan tanggal 1 November 1897.

Kecintaan terhadap suatu klub akan membentuk identitas sosial suatu kelompok. Identitas sosial adalah persamaan dan perbedaan, soal personal dan sosial, soal apa yang dimiliki secara bersama-sama dengan beberapa orang dan apa yang membedakannya dengan orang lain (Barker, 2005).

Menurut Stuart Hall dan Paul Du Gay (dalam Brown, 2002) menyatakan bahwa identitas terkait dengan cara orang menggunakan sumber daya historis, diskursif dan budaya. Jadi, perhatian harus diinvestasikan dalam representasi identitas sosial, yaitu 'narrativeisasi diri'. Karakter fiktif dari proses ini tidak mempengaruhi efektivitas politik dan diskursifnya. Identitas diproduksi dalam wacana dan penting untuk memahami produksi ini dalam konteks historis dan institusional yang berbeda. Suporter Juventus didominasi oleh kaum pria, namun demikian tidak sedikit pula kaum wanita yang menyukai klub Juventus. Untuk memperkuat identitas diri biasanya seseorang akan mencari orang-orang yang memiliki pemaknaan yang sama terhadap suatu hal. Para suporter Juventus ini tentu akan lebih nyaman saat bergabung di komunitas penggemar klub tersebut untuk memperkuat jati dirinya (Paundra Jhalugilang, 2012). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Paundra jhalugilang adalah kalo penelitian sebelumnya meneliti pembentukan identitas fans berdasarkan interaksi di komunitas JCI, sedangkan penelitian sekarang ingin meneliti konstruksi identitas fans sepakbola berdasarkan pengaruh sosial dan budaya yang ada di komunitas JCI.

Konstruksi identitas suporter juga pernah diteliti oleh Adam Brown (1998) dengan judul *Fanatics! power, identity & freedom in football*. Penelitian tersebut dilakukan pada suporter di Scandinavia pada tahun 1990-1997, penelitian tersebut

menunjukkan bahwa fanatisme suporter terhadap klub sepakbola yang didukung sangat tinggi. Penelitian ini meneliti tingkat fanatisme suporter berdasarkan umur, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang meneliti konstruksi identitas suporter berdasarkan gender tanpa memperdulikan masalah usia. Sepakbola dulunya identik dengan kaum laki-laki karena seringkali menonjolkan kekerasan suporter atau pendukung team yang sedang berlaga. Namun demikian, sekarang ini sepakbola juga menjadi sangat dekat dengan kaum hawa, banyak perempuan yang menyukai sepakbola.

Penelitian tentang konstruksi identitas juga pernah dilakukan oleh Podaliri dan Balestri (dalam Adam Brown, 1998) tentang perbedaan suporter yang dikategorikan sebagai hooliganisme dan ultras. Awalnya suporter di Italy sebagian besar dikategorikan sebagai hooliganisme, yang nama hooliganisme itu terkenal brutal dan membabi buta. Namun seiring dengan perkembangan jaman, suporter Italy cenderung untuk menjadi ultras, dimana meskipun ultras juga fanatik terhadap salah satu klub sepakbola, namun ultras tidak sebrutal hooligan. Ultras cenderung lebih kalem dan lebih cenderung menunjukkan dukungannya dengan yel-yel ataupun atribut yang digunakan sebagai identitas suporter. Penelitian tersebut dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang konstruksi identitas responden, perbedaan dengan penelitian sebelumnya peneliti hooligans dan ultras, sedangkan penelitian sekarang hanya meneliti ultras. Hooligans merupakan fanatisme suporter dengan melakukan tindakan anarkis dan brutal. Observasi yang dilakukan melalui wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa fans Juventus Chapter Solo tergolong Ultras, karena mereka lebih mengedepankan nyanyian yel-yel dan memakai atribut yang berhubungan dengan team Juventus untuk mendukung team yang kesayangannya. Penelitian ini ingin mendalami identitas supporter yang dapat dibentuk melalui komunikasi interpersonal. Fokus permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana mediatisasi ultras yang ditunjukkan oleh anggota Juventini Chapter Solo ?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau menkonstruksi wawancara mendalam terhadap subjek penelitian (Kriyantono, 2006). Dalam sebuah penelitian deskriptif kualitatif, keterlibatan peneliti sangatlah penting agar bisa lebih memahami tingkah laku dari subjek penelitian. Menurut Shodiq Setyawan (2013) penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang lain dalam bahasa dan peristilahannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti adalah bagian dari data, yang artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Selain itu, penelitian ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono, 2006).

Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan *criterion based selection*, yaitu asumsi yang didasarkan bahwa subjek tersebut sebagai aktor dalam tema penelitian yang diajukan (Muhajir, 1993). Adapun subjek yang terpilih sebagai informan dalam penelitian ini adalah Bayu Kurniawan sebagai Ketua Juventus Chapter Solo, Sugeng Subiyantoro sebagai Ketua divisi nonton bareng dan Gunawan Sumbaja alias Gogon sebagai ketua divisi Lead Qori (pemandu sorak dalam nonton bareng).

Penelitian dilakukan pada suporter Juventus di Solo. Informan dicari dengan teknik purposif sampling. Sementara untuk menggali data dari para informan peneliti melakukannya dengan observasi dan wawancara (Mulyana, 2002). Wawancara dilakukan secara mendalam dengan cara tanya jawab sambil tatap muka langsung antara pewawancara dengan informan. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara, namun tidak menutup kemungkinan wawancara bisa berkembang sesuai dengan jawaban yang disampaikan informan.

Triangulasi sumber dipilih untuk menjaga kevaliditasan data. Model interaktif Miles (dalam Silalahi, 2009) dimanfaatkan untuk menganalisis data untuk menghasilkan temuan yang bermakna dan tajam. Triangulasi sumber dilakukan dengan menggali kebenaran informan. melalui wawancara dan observasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konstruksi Identitas Juventini Chapter Solo

Konstruksi identitas bisa terbentuk dari berbagai macam hal. Identitas ada yang melekat atau disebut identitas personal seperti gender, ciri khas fisik, dan sebagainya. Selain identitas yang melekat juga ada identitas sosial yang merupakan hasil negosiasi melalui media bahasa. Konstruksi identitas yang pertama *personal layer* adalah bagaimana kita menggambarkan keadaan diri kita dalam sebuah situasi sosial (LittleJohn, 2009).

Informan #1 : “sepakbola itu kan memang identitas dengan olah raga laki-laki ya mba... Jadi aneh dong kalo saya sebagai cowok gak suka dengan sepakbola”

Informan #2 : “sudah biasa kalo cowok itu suka sepakbola, karena bagaimanapun sepakbola kan identik dengan cowok, meskipun tidak menutup kemungkinan sekarang juga banyak cewek yang suka sepakbola gitu...Kalo cowok memang biasanya suka dengan permainannya, tapi kalo cewek biasanya suka sepakbola karena lihat pemainnya yang mungkin secara fisik ganteng-ganteng atau macho gitu....”

Informan #3 : “suka sepakbola sejak kecil, memang dari keluarga juga sudah dididik untuk suka bola, karena mungkin anak cowok jadi mau gak mau harus suka dengan sepakbola. Dari kecil sering diajak main bola sama kakak jadi akhirnya dibawa sampai sekarang jadi suka bola”.

Menurut Charon (2007) identitas adalah nama yang kita sebut pada diri kita sendiri. Biasanya itu adalah nama saat kita mengumumkan kepada orang lain bahwa kita seperti apa yang kita lakukan dalam situasi. Kita menamakan semua objek sosial dan menamakan hal itu membuat kita mengidentifikasi dan mengklasifikasi dunia kita. Hal itu juga berlaku saat orang lain menamakan kita. Penamaan objek memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita, dan memungkinkan kita untuk memahami diri kita dalam lingkungan.

Ketika manusia coba memahami tentang realitas sosial tadi melalui fase eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi maka pada hakikatnya manusia dalam proses komunikasi. Eksternalisasi, adalah suatu pencurahan kedirian manusia secara terus menerus ke dalam dunia, baik dalam aktivitas fisik maupun mentalnya. Dalam pembangunan dunia, manusia karena aktifitas-aktifitasnya menspesialisasikan dorongan-dorongannya dan memberikan stabilitas pada dirinya sendiri (Bungin, 2008).

Identitas diri seseorang merupakan kode yang mendefinisikan keanggotaannya dalam komunitas yang beragam, kode yang terdiri dari simbol, kata-kata dan makna yang seseorang dan orang yang lainnya hubungkan terhadap benda-benda. Setiap orang membutuhkan identitas untuk diakui keberadaannya dalam masyarakat baik sebagai makhluk individu maupun sosial. Identitas ada yang melekat dan ada yang dinegosiasikan melalui interaksi dengan individu lain. Setiap manusia adalah makhluk yang dinamis dan kreatif oleh karena itu mereka akan selalu menjadi individu baru setiap saat, maka identitas diri dapat mengalami perubahan.

Supaya masyarakat umum tahu komunitas Juve diperlukan identitas untuk membedakan komunitas ini dengan yang lainnya. Identitas bisa ditunjukkan melalui pernak-pernik yang dimiliki semua informan. Informan biasanya memiliki banyak atribut Juventus, tetapi kebanyakan merupakan pakaian, mulai dari syal, jersey, jaket, kaos, handuk hingga sprengki.

Informan #1 : “Kalo saya biar orang tau saya itu Juventini ya saya suka pake kaos yang identik dengan Juve. Kalo sekarang lebih sering keluarin identitas JCInya selain kaos biasanya kita nempel stiker di kendaraan, kalo mobil biasanya pasang stiker yang gede gitu biar kelihatan Juventini.”

Informan #2 : “Segi baju ataupun ID Card. Bajuku itu hampir semuanya Juve kalo gak ya Persib Solo. Hampir satu almari isinya itu semua, bahkan batik saja saya juga pake batik Juve. Jaket juga, tas juga Juve, celana juga Juve, kadang kalo saya sampai bordir sendiri logo

Juve untuk di tempel di kaos ataupun topi gitu. Pokoke setiap hari selalu pake Juve.”

Informan #3 : “Semuanya serba Juve, misal pas nobar gitu kita all out tampilnya, pake atribut serba juve, kaos, topi, syal pokoknya kliatan Juvenya. Terus gak lupa tiap kendaraan saya saya tempel stiker Juve biar orang tau kalo saya Juventini. Dirumah juga sampai sprej saja saya juga Juve.”

Pembentukan identitas tidak berlangsung sederhana, ada beberapa hal yang mempengaruhi identitas. Selain teman, ada juga media massa yang sangat berperan dalam membentuk identitas seseorang menjadi fans Juventus. Biasanya lewat tayangan berita di televisi maupun surat kabar mereka menjadi tertarik dan semakin menyukai Juventus. Individu mulai mengadopsi identitas kelompok melalui interaksi. Interaksi yang dilakukan antar anggota JCI memberikan identitas baru bagi anggotanya.

Konstruksi identitas berikutnya yaitu relational, interaksi hubungan antara diri seseorang dengan orang lain. Hal tersebut terlihat dari bagaimana seseorang berusaha menunjukkan identitasnya kepada orang lain. Seluruh informan berusaha selalu memakai pernak-pernik yang berhubungan dengan Juventus sebagai upaya menunjukkan identitasnya yaitu seorang Juventini (LittleJohn, 2009).

Juventini Chapter Solo telah mempengaruhi identitas para anggotanya, hal tersebut dipengaruhi intensitas komunikasi meliputi frekuensi pertemuan dengan teman-temannya. Komunitas telah berhasil membentuk budaya, misalnya dalam suatu komunitas suporter sepakbola biasanya memiliki kebiasaan bernyanyi atau menggunakan kaos klub kesayangan sebagai bentuk identitas mereka.

Informan #1 : “Dulu awalnya Cuma suka saja dengan klub Juventus, tapi semenjak bergabung dengan Juventini Chapter Solo saya jadi suka mengoleksi apapun yang berhubungan dengan Juventus, karena saya menganggap itulah identitas saya.”

Informan #2 : “Sudah menjadi hal yang lumrah kalo kita mengikuti suatu fans club pastinya kita mengikuti budayanya juga, misal kita mendukung klub dari Italia pastinya kita menggunakan beberapa bahasa Italia seperti Stroso untuk mengejek lawan. Di samping itu saya juga jadi suka menggunakan pernak-pernik berhubungan dengan Juventus dalam kehidupan saya, sampai-sampai motor dan rumah saya saja identik dengan Juventus.”

Informan #3 : “Semenjak saya mengikuti Juventini Chapter Solo saya menjadi lebih tau tentang klub yang saya dukung yaitu Juventus. Saya mulai mengoleksi apapun yang berhubungan dengan Juventus, bagi saya Juventus itu sudah menjadi darah dan daging saya, istilahnya sudah menyatu dalam kehidupan saya sehari-hari. Namun lebih jauh dari itu budaya yang ditunjukkan melalui Juventini Chapter Solo adalah kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan.”

Identitas menurut Cesar García (2015) merupakan pemahaman kita tentang siapa kita dan siapa orang lain, dan secara timbal balik pemahaman orang lain tentang diri mereka dan orang lain. Pembentukan identitas merupakan suatu proses pencarian kejelasan dan pengintegrasian diri menjadi manusia secara utuh. Dalam prosesnya, pembentukan identitas diri telah terjadi secara kompleks, dinamis, dan berlangsung sepanjang hidup. Pembentukan identitas tidak berlangsung sederhana. Ada beberapa institusi sosial yang turut mempengaruhi identitas mereka secara pribadi atau sosial. Selain keluarga, media massa juga menjadi institusi sosial yang berperan sangat besar dalam pembentukan identitas informan sebagai fans Juventus. Pembentukan identitas diri pun memiliki dua komponen penting, yaitu eksplorasi dan komitmen. Eksplorasi merupakan periode pada saat seseorang semangat dan aktif bertanya untuk mendapatkan keputusan tentang tujuan, nilai, dan kepercayaan. Sedangkan komitmen adalah ketetapan aktivitas langsung yang signifikan kepada implementasi dari pilihan tersebut (Paundra Jhalugilang, 2012)

3.2 Fanatisme ultras pada anggota Juventini Chapter Solo

Ultras identik dengan para suporter sepakbola yang berasal dari negara Itali. Namun, akhir-akhir ini, paham ultras itu sendiri sudah menyebar ke berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia yang terkenal sebagai salah satu negara yang mempunyai suporter paling fanatik di dunia.

Sepakbola tidak jarang menjadi pemicu keributan yang diakibatkan oleh benturan emosi antar suporter, kekecewaan akibat kalah, keputusan wasit, dan sebagainya. Fanatisme suporter dan tindakan brutal yang kerap dilakukan melahirkan sebutan baru bagi suporter fanatik tersebut, seperti suporter Inggris biasa disebut Hooligans dan suporter Italia biasa disebut Ultras.

Pendukung klub Italia atau sering disebut ultras biasanya lebih mengedepankan yel-yel atau nyanyian dan tarian untuk mendukung klub yang dicintainya berlaga. Juventini Chapter Solo memiliki cara berbeda untuk mendukung Juventus berlaga, selain nonton bareng ada beberapa hal positif yang dikenalkan anggota JCI Solo untuk mengenalkan sepakbola ke warga. Juventini Chapter Solo melakukan beberapa kegiatan sosial untuk membantu warga. Hal ini menunjukkan ke masyarakat bahwa suporter sepakbola yang dulunya identik dengan kekerasan sekarang justru memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap sesama.

JCI merupakan wadah bagi pecinta Juventus, adapun kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan JCI Solo menurut

Informan #1 : “Kalo di Solo itu JCI merupakan fansclub yang paling konsisten, selalu ada kegiatan seperti nonbar. Di samping kegiatan nonbar juga ada kegiatan sosial, terakhir penggalangan dana buat Garut. Biasanya ketika Juve goal biasanya kita nyumbang tapi sukarela sebagai ucapan syukur gitu.”

Informan #2 : “kegiatan rutin yang dilakukan ya futsal tiap hari Selasa, nonbar, terus sepakbola, tapi di samping itu kita juga melakukan kegiatan-kegiatan sosial lho.”

Pendukung setia pasti pernah melakukan sesuatu hal untuk klub yang didukungnya salah satunya kegiatan rutin yang dilakukan adalah nonbar, hal tersebut sesuai dengan pernyataan :

Informan #1 : “Sebagai pendukung setia ya nonton aja...kalo mereka merayakan juara gitu kita juga ikut merayakan gitu ya... Sebenarnya kan hari ini Juve ultah, tapi karena kita ada agenda nonbar besok Sabtu.”

Informan #2 : “Ya kita nonbar, kaya Sabtu besok itu kita ada nonbar dengan legendnya Juve, nanti disitu akan ada juga Dona Agnesia yang notabene dia adalah Juventini/Juwendona. Biasanya kita ada adakan gathering dengan anggota, bakti sosial juga pernah dilaksanakan. Terus kalo puasa kita biasanya adakan bagi-bagi takjil gratis dan santunan kepada anak yatim.”

Informan #3 : “Ya paling nonbar, nyanyi-nyayi lagu Itali. Ya meskipun mereka gak denger tapi semangat kita untuk menyemangati mereka itu ada gitu itu lho....”

Setelah gabung JCI Solo ternyata banyak kegiatan yang bisa dilakukan bersama dalam komunitas ini. JCI Solo juga pernah mengantongi juara dalam kegiatan yang dilakukan komunitasnya.

Informan #1 : “Selama 7 tahun itu kegiatan kita gak hanya sebatas nonbar dan futsal saja. Pas bulan Februari tahun ini kita ngundang chapter ke Jawa untuk mengulang ultah ke 2, kalo dulu kan Cuma yang deket-deket aja kalo tahun ini hampir seJawa. JCI Solo pernah juaran program dalam program salah satu brand rokok sebut saja Djarum dalam juara supper soccer dalam acara Djarum mengalahkan fansclub seluruh Jateng Jatim. Juara regional 1 Jawa Barat, regional 2 Jateng Jatim nah itu kita ada di regional 2 jadi waktu itu kita mengalahkan fansclub dari Semarang, Jogja, Malang, dan Surabaya”

Informan #2 : “Mas Bayu Tria ketua JCI Solo kemaren dapat hadiah keluar negeri dari Djarum. JCI Solo jadi pemenang lomba misal entah nonbar, futsal, nongkrong, kumpul-kumpul terus difoto-foto dan dikirim ke Djarum. Ya gara-gara itu Djarum menyediakan nonbar bersama legend besok Sabtu. Pokoknya setiap kegiatan dengan baju Juve kita foto dan dikirim ke Djarum. Kaya kemaren ketuanya ini kan

keluar negeri dengan dibiayai oleh Djarum buat nonton pertandingan Chelsea VS Manchester City, kalo dari Solo Cuma 1 aja, kalo dari Indonesia totale yang berangkat berapa saya kurang tau, mungkin dipilih sampai 4 orang buat berangkat kesana.”

Rata-rata informan menyatakan bergabung dengan JCI Solo karena ingin mendapatkan teman yang lebih banyak, harapannya dengan bergabung dengan JCI Solo informasi yang didapatkan mengenai team Juventus menjadi lebih banyak. Biasanya mereka merasakan suatu perbedaan sebelum dan sesudah bergabung dengan JCI.

Informan #1 : “Dulu saya tau Juve Cuma dari media saja, sekarang setelah gabung jadi lebih banyak info dari temen gitu.... Info yang saya dapatkan lebih cepat dan lebih banyak dibandingkan sebelum saya gabung dengan JCI.”

Informan #2 : “Awalnya sebelum gabung JCI kita susah ya buat mendapat info tentang Juve, biasanya Cuma streaming gitu.... setelah ada komunitas lebih mudah untuk mendukung Juve gitu....”.

Informan #3 : “Gabung JCI itu nambah temen ya.. Tukar pengalaman, tau info terbaru tentang Juve. Bisa tanya-tanya pada senior gitu. Sebelumnya kan kita cari info Juve dari media. Kalo media TV kan Cuma sebatas nonbar tidak sampai info-info detailnya ya... Jadi lewat JCI Solo ne kita jadi bisa berbagi info tentang Juve.”

Ultras memiliki komitmen kuat untuk kelompok mereka sendiri juga selama seminggu dan dalam kehidupan sehari-hari dengan berbagi budaya dan gaya hidup yang ultra. Budaya ultra ini juga merupakan "budaya pertempuran" yang membutuhkan lawan dan musuh. Dan musuh-musuh ini adalah polisi, otoritas sepak bola dan kelompok ultra lainnya. Namun berbeda dengan budaya hooligan, kekerasan ultra terutama ritual. Budaya ultra kian kaya dalam hal sosialisasi, solidaritas kelompok, budaya rakyat dan kinerja artistik (Philipp Budka & Domenico Jacono, 2013)

Identitas informan terhadap klub Juventus terletak pada level simbolik. Level simbolik seperti faktor personel, keunikan, nama klub, logo, warna, dan yel-yel klub cenderung membuat individu menyukai klub tertentu karena faktor-faktor tersebut (Jacobson, 2003). Informan memilih Juventus sebagai klub favorit mereka dan Juventini sebagai identitas mereka. Identitas sebagai Juventini ditunjukkan dengan memiliki atribut dan pernak-pernik Juventus.

3.3 Mediatisasi ultras pada Juventini Chapter Solo

Ketiga orang informan merupakan orang yang mencintai sepakbola dan memiliki kesukaan terhadap klub yang sama yaitu Juventus, dari sekian banyak klub di Itali yang ada hanya Juventus yang ada di hati ketiga informan tersebut. Ketiga informan tersebut mencintai Juventus sejak belia, ada yang suka Juventus sejak berumur 10 tahun bahkan ada juga yang belum genap 10 tahun sudah suka dengan klub Juventus. Semua berawal dari pengaruh lingkungan, keluarga dan teman yang akhirnya membawa informan mencintai sepakbola. Setelah keluarga dan lingkungan sekitar yang mendorong semua informan mengenal sepakbola, media massa dan televisi juga mendorong informan untuk menyukai Juventus.

Pada waktu dunia maya belum marak seperti sekarang memang berita untuk mengetahui perkembangan team kesayangan sangat terbatas paling hanya dari media televisi dan surat kabar saja. Seiring perkembangan jaman, setelah maraknya media sosial juga makin memudahkan untuk pecinta bola untuk mengetahui perkembangan team kesayangannya.

Informan merasa dimudahkan oleh adanya teknologi, hal ini diungkapkan oleh :

Informan #1 : “Dulu kalo hanya bisa liat di TVRI, tapi itu kan sebenarnya hanya semacam nonbar saja... Kita tidak bisa mengikuti berita team kesayangan hanya dari nonton di TVRI, jadi paling tau beritanya ya hanya lewat surat kabar.”

Informan #2 : ”Dulu memang sebelum ada dunia maya agak susah juga untuk tahu berita tentang Juventus tapi sejak tahun 200an setelah ada dunia maya, waktu itu kayanya mulai tahun 2006 itu saya awalnya

ngikuti lewat facebook, jadi kalo ada transfer pemain masuk gitu saya jadi tau, itu aja dari pusat dari JCI Indonesia.”

Informan #3 : “Dulu paling Cuma nonton Tivi itupun TVRI dan bawa surat kabar. Kalo sekarang kalo mau cari berita tentang Juventus tinggal googling aja lebih gampang.”

Awal ketertarikan terhadap Juventus menurut :

Informan #1 : “Suka Juve awalnya liat bola saat itu liat Uero, pertama yang bikin seneng itu liat Itali terus pas liat Juve itu lho kok ada yang kemaren main di Liga Itali terus terus liat gitu jadi seneng liat Juve sampai sekarang jadi seneng Juve gitu....”

Informan #2 : “Begitu liat sepakbola waktu itu siaran di TVRI itu kok lama-lama jadi suka Juventus gitu... Awal suka bukan karena pemain tapi lebih pada team karena kalo pemain itu kan bisa pindah ya.... Jadi lebih suka pada teamnya karena solid.”

Informan #3 : “Dulu masih tayang di TVRI ya... itu ada lebihlah.... karena ada seorang yang sampai sekarang menjadi panutan Juventus bahkan klub-klub lain. Waktu itu pertama nonton ada sang legenda Alexandro Del Piero jadi seneng nontonnya. Juventus juga mempunyai mental juara dan tidak mudah menyerah. Kalo masalah strategi sih tergantung pelatihnya juga jadi tidak bisa dibilang suka karena strategi karena beda pelatih pasti beda strategi.”

Perasaan bangga terhadap Juventus menurut :

Informan #1 : “cinta Juve awalnya karena prestasi, sejarah dan lebih pada histori, kalo cewek-cewek mungkin karena pemainnya, kalo kami cowok lebih pada histori. Sejarah kalo di Itali itu kan Juventus itu kan punya tittle dibandingkan klub lainnya.”

Informan #2 : “Juve itu artinya kebanggaan. Saking cintanya pada Juve untuk pembuktian cinta saya sampai-sampai saya menamakan anak saya ‘Adventias Juventini’. Juve itu penuh prestasi, meskipun kemaren sempat agak turun gara-gara skandal itu tapi sekarang dah mulai

bangkit lagi. Permainan team juga bagus, kompak, dan cara bermainnya juga bagus.”

Informan #3 : “Juventus itu bagi saya jadi klub yang paling terfavorit dibandingkan klub-klub yang lain. Kalo saya sih seneng bukan karena prestasi sih tapi lebih pada permainan yang bagus.”

Ketiga informan kemudian memutuskan untuk bergabung dalam kelompok JCI Solo yang dilatarbelakangi oleh banyak faktor. Faktor-faktor itu berupa hobi terhadap sepakbola, dukungan dari keluarga dan teman, pandangan dari masyarakat sekitar terhadap diri mereka.

Informan # 1 : “bergabung dengan JCI Solo pertama karena memang suka Juve, kedua ada dukungan dari teman dan keluarga, dengan bergabung dengan JCI Solo kita seperti mendapat keluarga baru.”

Informan #2 : “Kalo gabung dengan JCI tahun 2009, itu dulu taunya JCI Solo dari pamflet. Seneng aja gabung dengan JCI Solo karena fansclubnya bagus dan mengedepankan kebersamaan, kekeluargaan, pokoknya solid.”

Informan #3 “Alasan gabung dengan JCI Solo karena kan JCI itu sebuah komunitas ya.... fans juvelah.... Intinya nyari kesamaan komunitas yang suka Juve gitu... Awalnya sebelum gabung memang saya sudah suka dengan Juventus gitu.... terus tau ada JCI Solo ya gabung aja karena merasa sama-sama suka Juve.”

Komunitas Juventini di Solo disebut dengan JCI Solo.

Informan #1 : “bergabung dengan JCI Solo 2014. Solo berdiri tahun 2009, awalnya saya ikut Semarang karena memang tinggal disana. Disini jadi ketua udah 2 tahun. Tau JCI itu dari facebook tahun 2010 waktu masih di Semarang itu... Awalnya ikutan temen futsal dulu karena temen futsal itu juga suka Juventus. Di samping karena temen saya gabung dengan JCI Solo karena memang suka Juve, terus buat nambah temen. Temennya disini enak dah seperti keluarga.”

Informan #2 : “Gabung JCI tahun 2009, taunya JCI dari pamflet.”

Informan #3 : “Gabung JCI tahun 2012, dulu kebetulan saya disini pendatang asli dari Sukoharjo, dulu pernah liat di Manahan itu anak-anak Juventus itu pada kumpul terus akhirnya tertarik untuk ikutan gabung JCI gitu.”

Nick Couldry (2007: 4) Mediatisasi merupakan suatu proses mengasumsikan bentuk media dalam aktivitas budaya atau sosial. Aktivitas budaya atau sosial sangat dipengaruhi oleh media terutama media televisi. Media sangat mempengaruhi dunia olahraga, dengan adanya media akan memudahkan suporter untuk menonton pertandingan. Televisi mampu menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan secara langsung. Hal ini akan sangat mempengaruhi penonton untuk mengikuti hal-hal yang terjadi di lapangan, misalnya mengikuti nyanyian ataupun gerakan suporter yang ada di televisi.

Jesper Strömbäck (2008) media televisi telah menjadi sumber berita politik nasional dan internasional yang paling menonjol, meskipun tidak terlalu dominan untuk mayoritas penduduk. Dalam dunia sepakbola, media televisi telah mempengaruhi suporter sepakbola untuk ikut merasakan situasi dan kemeriahan team kesayangan saat berlaga. Penonton tidak perlu jauh-jauh untuk menonton pertandingan sepakbola team yang didukungnya cukup menonton dari layar televisi saja.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Identitas informan sebagai seorang Juventini ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari yaitu dengan menggunakan pernak-pernik Juventus sebagai wujud kecintaannya terhadap Juventus. Peran media elektronik terutama televisi dan media cetak telah mempengaruhi seseorang untuk melakukan hal-hal seperti yang dilakukan suporter Juventus di negaranya. Dengan melihat televisi,uforia di Italia dapat dilihat langsung oleh anggota Juventini Chapter Solo, hal ini mendorong Juventini Solo untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang dia lihat sebagai pendukung Juventus di televisi.

4.2 Saran

Hendaknya penelitian selanjutnya lebih difokuskan lagi mengenai identitasnya, misal berdasarkan status sosial atau jenis kelamin informan.

PERSANTUNAN

Jurnal publikasi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan orang – orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu – satu. Namun penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua, keluarga, sahabat Mentari Cikal Bhinekawati dan teman – teman (Independence Crew, Mendes, Luv) yang selalu memberikan dukungan serta doa, juga kepada dosen pembimbing Yudha Wirawanda, S.I.Kom, MA yang telah meluangkan waktu untuk bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Brown, 1998, *FANATICS! Power, identity and fandom in football*, published in the USA and Canada by Routledge 29 West 35th Street, New York, NY 10001.
- Anderson, 1979, *Public Policy Making (Second ed)*, New York : Holt Rinehart and Winston.
- Badudu, J.S., & Zain, M.S., 1996, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Barker, C, 2005, *Cultural Studies Teori dan Praktik*, Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 2012. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta. LP3ES.
- Cangara, 2011, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Revisi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cesar García, Nationalism, Identity, and Fan Relationship Building in Barcelona Football Club, *International Journal of Sport Communication*, 2012, 5,1-15.
- Chols, J. M dan Hassan, S. (2005). *Kamus Bahasa Inggris - Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Halgin, R.P & Whitbourne, S.K. 2010. *Psikologi Abnormal (Perspektif Klinis. Pada Gangguan Psikologis)*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Handoko, 2008, *Manajemen Personalita Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua*, Yogyakarta, Penerbit : BPF.
- Hapsari, Indria dan Wibowo, Istiqomah, 2015, Fanatisme dan Agresivitas Suporter Klub Sepak Bola, *Jurnal Psikologi*, Vol 8, No 1, Juni 2015.

- Hjarvard, Stig, 2008, *The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, *Nordicom Review* 29 (2008) 2, pp. 105-1341.
- Hecht, Michael L, 2004, "Elaborating the Communication Theory of Identity: Identity Gaps and Communication Outcomes". *Communication Quarterly*, Vol. 52 No. 3 Summer 2004, *Social Science Database*.
- Jesper Strömbäck, *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*, 2008 *Sage Publications*, *Press/Politics* 13(3):228-246.
- Moisander and Valtonen, 2006, *Qualitative Marketing Research Methods, a Cultural Approach*, London : Sage Publications.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja.Rosdakarya.
- Nick Couldry, 2007, *Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling*, London : Department of Media and Communications Goldsmiths College, *New Media & Society*.
- Paula Saukko, 2003, *Doing Research in Cultural Studies*, London: SAGE.
- Paundra Jhalugilang, 2012, *Makna Identitas Fans Klub Sepakbola (Studi Kasus: Juventus Klub Indonesia)*, Tesis, Jakarta : Universitas Indonesia,.
- Philipp Budka & Domenico Jacono, *Football fan communities and identity construction: Past and present of "Ultras Rapid" as sociocultural phenomenon*, *The Anthropology of European Football" Conference, 25-26 October 2013*.
- Septian Adhi Prakoso, 2013, *Fanatisme Supporter Sepakbola Ditinjau dari Tingkat Pendidikan*, *Naskah Publikasi*, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Setyawan, Shodiq. 2013. *Konstruksi Identitas Suporter Ultras di Kota Solo. (Studi Fenomenologi terhadap Kelompok Suporter Pasoepati Ultras)*, *Naskah Publikasi*, Fakultas Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama.
- Spradley, James P. 1980. *Participant Observation*, *Holt, Rinehart and Winston, Inc.*, Orlando, Florida.
- Stephen W. Littlejohn, dan Karen A. Foss, 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Stuart Hall, 1994, *Culture, Media, Language*, Birmingham : The Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Su'udi, Achmad. 2006. *Football Inspirations for Succes*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Syarif, Ridwan. 2010. *Perilaku Suporter Sepakbola*. Online (Diakses tanggal 16 September 2016 Pukul 21.30 WIB).
- Weinreich and Saunderson, 2003, *Analyzing Identity: Cross-cultural Societal, and Clinical Context*. USA: Routledge