

Komunikasi Kelompok Antara Koordinator dan Anggota Kelompok Suporter Persebaya Surabaya (Bonekmania) Dalam Memperbaiki Citra

Oka Permana Lukman, Judy Djoko W. Tjahjo, Agusly Irawan Aritonang, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

permanaoka@rocketmail.com

Abstrak

Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Suporter adalah penonton yang memihak suatu tim tertentu. Bonekmania merupakan supporter terbesar dan tertua di Indonesia, namun dalam nama besarnya itu Bonek juga akrab dengan tindakan-tindakan anarkis. Membangun citra yang baik merupakan fungsi utama dalam suatu kelompok non formal yang cukup besar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi kelompok antara koordinator dengan anggota kelompok supporter Persebaya dalam memperbaiki citra. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pengamatan (observasi) dan wawancara mendalam. Hasil yang diperoleh dalam komunikasi kelompok ini masih terdapat perbedaan pemikiran antar anggota kelompoknya. Adanya arahan dari koordinator, meningkatkan hubungan dan komitmen kelompok yang membuat perbedaan-perbedaan itu semakin kecil.

Kata Kunci: Komunikasi Kelompok, Memperbaiki Citra, *Bonekmania*

Pendahuluan

Seiring dengan bangkitnya Persebaya di kancah sepak bola Indonesia paska dibungkam oleh masalah internal kurang lebih lima tahun, kini Bonek telah berubah ke arah yang lebih baik. Seakan berlalu tanpa mendengar bualan isu yang menyebar ke berbagai pelosok, bahwa “Bonek sangat menyeramkan, anarkis, dan slengean”. Kini menjadi “Bondo, Nekat, dan Kreatif”. Itu semua terbukti saat pertandingan uji coba pertama antara Persebaya Surabaya melawan PSIS Semarang, pada tanggal 19 Maret 2017. Melalui wawancara dengan peneliti, *Ipul selaku dirigen Bonek mengatakan bila Bonek yang sekarang sudah jauh lebih baik, sepanjang 90 menit pertandingan, Bonek sangat santun dalam memberikan dukungan. Mereka pun lebih menghormati suporter tamu, nyanyian bernada hujatan maupun rasis tak lagi terdengar. Persebaya wes tangi turu* (Persebaya sudah bangun dari tidurnya).

Semenjak saham mayoritas PT. Persebaya Indonesia dibeli oleh Jawa Pos Sportainment, Persebaya Surabaya dan Bonekmania menatap era baru. Membentuk *image* suporter yang dewasa dan profesional menjadi impian semua

rekan-rekan Bonek. Menurut Gerson selaku pemerhati sejarah Bonek dalam wawancara, Bonek merupakan suporter terbesar, dan yang menarik lagi adalah dari dulu Bonek tidak pernah mengenal filosofi adanya ketua, mereka masih tradisional, Bonek hanya nurut *kepada cacak-cacaknya* (kakak-kakaknya). Kakak-kakak itu akhirnya yang dipercaya rekan-rekan Bonek untuk menjadi koordinator. Filosofi tersebut terlihat jelas pada laga persahabatan melawan PSIS Semarang, dimana para koordinator Bonek menghimbau rekan-rekannya untuk taat berlalu lintas saat menuju Stadion Gelora Bung Tomo. Taat lalu lintas disini dimaksudkan seperti memakai helm, tidak berboncengan tiga, tidak menerobos lampu merah, tidak membawa atribut yang membahayakan pengendara lain, dan lain lain. Yang menjadi masalah menurut Ipul adalah masih adanya segelintir orang yang menyalah gunakan nama Bonek, sudah dihimbau tetapi tetap masih ada yang melanggar.

Didukung dengan budaya arek yang sangat kental, para Bonekmania tumbuh dengan kepatutan terhadap *cacak-cacaknya* sangat tinggi. Budaya arek sangat dikenal dengan ciri khas Jawa Timurnya, masyarakat arek dikenal punya semangat juang yang tinggi, terbuka, dan mudah beradaptasi (Ras.,JJ., 2014) dalam bukunya “Masyarakat dan Kesusasteraan di Jawa. Menurut Gerson, semua itu dapat terlihat pada saat Bonek di lapangan, di mana ribuan Bonek mengikuti arahan dari koordinatornya, mereka percaya bila *cacak-cacaknya* akan mengarahkan mereka dengan baik, dalam budaya Jawa Timuran, cacak itu berarti adalah kakak atau saudara yang dituakan. Menurut observasi awal peneliti, para anggota Bonek sangat patuh terhadap koordinatornya, ribuan Bonek tidak akan bertindak bila tidak di pimpin oleh koordinatornya.

Komunikasi kelompok menurut Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson adalah suatu bidang penelitian dan penerapan tidak menitik beratkan perhatian pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil. (Goldberg dan Larson, 1985, p.6).

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang (Effendi, 2003, p. 75). Komunikasi kelompok kecil memiliki beberapa karakteristik, yaitu mempermudah personaliti kelompok, pertemuan ramah tamah, kekompakan, komitmen terhadap tugas, adanya norma kelompok yang saling bergantung satu sama lain. Proses komunikasi yang terjadi pada kelompok kecil berlangsung secara dialogis. Michael Burgoon (Wiryanto, 2004, p.47) juga mendefinisikan kelompok kecil sebagai interaksi secara tatap muka dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota lain secara tepat.

Terkait dengan penelitian terdahulu milik Ayub Dahana (2012) dari Universitas Kristen Petra Surabaya, dengan judul “Kopetensi Komunikasi Yuli Sumpil Dalam Memimpin Kelompok Suporter Aremania”, hasil penelitian tersebut menunjukkan kompetensi komunikasi dari seorang dirigen suporter yang memimpin ribuan suporter Aremania. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih mengarah pada kompetensi komunikasi seorang individu dalam memimpin kelompoknya. Sedangkan pada penelitian ini, lebih mengarah pada bagaimana proses komunikasi kelompok yang

dilakukan koordinator dengan para anggota kelompok suporter Persebaya (Bonekmania). Ada juga penelitian terdahulu milik Tulus Muliawan (2013) dari Universitas Indonesia di Jakarta yang meneliti tentang “Komunikasi Kelompok The Jakmania”. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah adalah penelitian terdahulu hanya meneliti satu kelompok kecil The Jak, sedangkan di penelitian kali ini, Bonek tidak memiliki kelompok dalam kelompok, sehingga peneliti meneliti Bonek secara keseluruhan.

Di sisi lain, sejauh tinjauan peneliti, belum ada penelitian yang mengamati proses komunikasi antara koordinator dengan para anggota suporter yang lain, terlebih secara khusus pada Bonekmania. Sehingga bisa dikatakan bahwa penelitian ini merupakan penelitian yang baru. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah metode yang digunakan untuk melihat kembali apa yang terjadi dan memberikan penjelasan melalui observasi. Dengan demikian, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Kelompok antara Koordinator dan Anggota Kelompok Suporter Persebaya Surabaya dalam Memperbaiki Citra”

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Apabila jumlah orang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil. Namun apabila jumlah orang dalam kelompoknya banyak berarti dinamakan komunikasi kelompok besar (Effendy, 2003,p.75-76).

Komunikasi kelompok menurut Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson mengatakan bahwa komunikasi kelompok adalah suatu bidang penelitian dan penerapan yang tidak menitik beratkan perhatian pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil (Goldberg dan Larson, 1985,p.6). Mulyana (2005,p.177) mengartikan komunikasi kelompok sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama , mengenal satu sama lain, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Fans / Suporter

Identitas *fans/supporters* bermanfaat bagi individu dalam memberikan rasa kepemilikan komunitas. Zillmann, Bryant, dan Sapolsky (1989 *dikutip* Jacobson, 2003: 2) melihat manfaat lain dari kefanatikan (*fandom*), termasuk pengembangan beragam kepentingan dan meningkatkan rasa partisipasi tanpa harus membayar harga mahal. Mereka juga mencatat bahwa kefanatikan tidak mengenal usia, baik yang masih muda, tua, ataupun sakit-sakitan, *fans* akan berusaha untuk berpartisipasi. Kefanatikan memungkinkan individu untuk menjadi bagian dari permainan tanpa memerlukan keahlian khusus. Selain itu, kefanatikan menawarkan manfaat sosial seperti perasaan persahabatan,

solidaritas, dan kebanggaan yang bisa meningkatkan harga diri (Jacobson, 2003).

Kefanatikan di dunia olahraga turut mempengaruhi pengembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. *Fans* klub olahraga dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal (Zillmann *dikutip* Jacobson, 2003). Literatur terbaru tentang penggemar olahraga telah menjawab kemungkinan alasan tentang mengapa individu menemukan olahraga menjadi menyenangkan. Alasan-alasan ini terkait dengan harga diri, pelarian dari kehidupan sehari-hari, hiburan, kebutuhan keluarga, faktor ekonomi, dan kualitas estetika atau seni. Namun, seorang *fan* biasanya memilih satu tim tertentu untuk digemari.

Bonekmania

Bonekmania merupakan suporter setia Persebaya Surabaya, dimana mereka sangat dikenal dengan kreatifitas dan loyalitasnya dalam mendukung tim Persebaya ketika bertanding. Istilah nama Bonek berawal dari para pendukung Persebaya yang berasal dari masyarakat bawah sering nekat melakukan “*away supporters*” dengan dana yang sangat minim. Akan tetapi kondisi itu tidak dipedulikan masyarakat kalangan bawah yang berpartisipasi melakukan “*away supporters*” ke markas lawan. Nama Bonek berasal dari mulut ke mulut masyarakat Surabaya sendiri. Istilah itu baru ada pada kisaran tahun 1988/1989 setelah Jawa Pos membahas tradisi *away* tersebut di halaman depan pada edisi 4 Maret 1987. (detik.com).

Citra / Image

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Bisa juga memiliki arti kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Layaknya sebuah perusahaan, sebuah kelompok formal ataupun informal juga memiliki citra. Setiap kelompok mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi kasus. Secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how and why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan

bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2008, p.1).

Seperti yang telah dijelaskan oleh Robert K. Yin dalam bukunya Studi Kasus : Desain & Metode, metode penelitian studi kasus sesuai untuk dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimanakah proses komunikasi kelompok antara koordinator dengan anggota kelompok suporter Persebaya. Fokus penelitian ini pun terletak pada peristiwa masa kini di dalam konteks kehidupan nyata di mana proses komunikasi antara koordinator Bonek dengan para anggota kelompok Bonek masih terus terjadi sampai saat ini.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mereka yang memiliki kedudukan sentral dalam penelitian karena data tentang gejala atau variabel atau masalah yang diteliti berada pada subjek penelitian (Silalahi,2010,p.250). Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah beberapa informan yang merupakan anggota aktif dari kelompok Bonekmania.

Dalam penelitian ini, pemilihan informan didasarkan kriteria dengan urutan sebagai berikut :

1. Koordinator Bonek 2017
2. Anggota Bonek lama (lebih dari 5 tahun keanggotaan)
3. Anggota Bonek baru (kurang dari 5 tahun keanggotaan)

Analisis Data

Menurut Sugiyono (2007:244), yang dimaksudkan dengan analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan catatan kecil di lapangan. Dalam penelitian ini, analisis data disederhanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut. Tahapan pertama mengidentifikasi data yang diperoleh dari lapangan, baik dengan cara wawancara, interview, observasi, maupun dokumentasi, yang bersumber dari buku, literatur, dan foto.

Tahapan kedua yakni mengklasifikasikan data yang masuk, kemudian disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Tahapan ketiga, yakni melakukan interpretatif terhadap faktor yang mempengaruhi.

Temuan Data

Kecintaan terhadap Persebaya dan Keinginan Memperbaiki Citra

Tujuan teman-teman Bonek baik yang tribun utara ataupun tribun selatan adalah hidup mati mendukung Persebaya dan juga membawa citra baik Bonek dan Persebaya di kancah nasional ataupun Internasional. Hasil wawancara peneliti dengan Rizal sebagai salah satu koordinator kelompok suporter Bonek Tribun Selatan

Musyawah dalam Bonek

Komunikasi kelompok Bonek cukup baik. Walaupun frekuensi pertemuan para Bonek tidak setiap hari, tetapi dengan adanya budaya “*arek Suroboyo*” yang saling menghargai turut serta menjadi unsur pendukung dalam interaksi tersebut. Tidak semua anggota Bonek saling mengenal, namun kebebasan berpendapat yang diusung Bonek membuat posisi mereka “*equal*” atau sama. Tidak ada yang paling benar dan juga tidak ada yang paling salah. Pernyataan ini didukung dengan adanya hasil wawancara peneliti dengan para anggota Bonek.

Kebersamaan Kelompok

Kebersamaan kelompok yang terjadi di dalam kelompok Bonek cukup kondusif. Keterbukaan antar anggota seolah menjadi budaya di kelompok ini. Candaan-candaan khas Surabaya yang selalu hadir di tengah obrolan para Bonek membuat suasana menjadi sangat nyaman. Seperti halnya yang peneliti temukan di lapangan. Teman-teman Bonek berkeluh kesah soal harga tiket dan juga kehidupan mereka.

Kekompakan Bonek

Menurut tanggapan para Bonek, arti sebuah kelompok Bonekmania adalah keluarga dan saudara. Di mana mereka berasal dari latar belakang yang berbeda-beda namun disatukan oleh satu tim yakni Persebaya. Secara materi, mayoritas Bonek adalah masyarakat menengah kebawah, namun mereka rela memberikan segalanya untuk keluarga Bonekmania dan juga Persebaya Surabaya. Ketika di kehidupan asli mereka hanya pengangguran ataupun pekerja serabutan, namun di dalam kelompok ini mereka merasa memiliki arti dan diangkat oleh persaudaraan.

Agenda Kopi Darat Bonek

Menurut Effendy (2003, p.75) jika kita ingin membahas kelompok, kita harus memahami bukan saja individu-individunya sendiri, tetapi juga proses saling pengaruh mempengaruhi dan ini membawa kita kepada masalah interaksi sosial. Hubungan sosial merupakan salah satu hubungan yang harus dilaksanakan, yang mengandung pengertian bahwa dalam hubungan itu setiap individu menyadari tentang kehadirannya di samping kehadiran individu lain.

Interaksi yang terjadi di dalam kelompok suporter Bonek berlangsung mulai dari adaptasi sejak mereka bergabung dengan kelompok ini. Terutama bagi mereka yang masih tergolong anggota baru yang masih junior dan belum mengenal siapapun di dalam kelompok ini meskipun sudah ada beberapa anggota yang sudah mengenal. Adaptasi yang dilakukan pada awalnya mungkin cukup sulit karena masih ada perasaan canggung, sungkan, dan *minder* (tidak percaya diri) yang sering dirasakan oleh anggota waktu pertama kali masuk ke dalam kelompok suporter, dan mereka lebih banyak bersikap diam. Namun para kooordinator selalu mengajak berbicara terlebih dahulu dan mengenalkan dengan para anggota yang lain. Dari situ para anggota yang masih baru akan mengikuti dan menyesuaikan cara bergaul kelompok ini, bagaimana dan apa saja yang sering dijadikan bahan obrolan. Selain itu juga mengikuti acara kopi darat dengan semua anggota, kumpul bersama, dan dari sana mulai ditekankan bahwa kelompok ini adalah kebersamaan bukan individu-individu.

Perbedaan Cara Pandang Bonek

Peneliti tidak hanya melihat komunikasi kelompok yang terjadi, melainkan juga ingin melihat perilaku komunikasi pada setiap individu saat berinteraksi. Goldberg (1975, p.5) mengemukakan bahwa komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian, penerapan yang menitikberatkan, tidak hanya pada proses kelompok secara umum, tetapi juga pada perilaku komunikasi individu-individu pada tatap muka kelompok diskusi kecil. Kelompok Bonekmania ini sering berkumpul bersama dengan para anggotanya. Dalam obrolan tatap muka ini sering sekali membahas permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi oleh Bonekmania. Mulai dari harga tiket, keberangkatan *away day*, dan juga mengenai citra Bonek. Mengutip hasil wawancara peneliti dengan Gerson selaku pemerhati Bonek, ia mengatakan dengan kelompok sebesar Bonek sudah pasti ada perbedaan, terutama cara pandang dalam mendukung Persebaya. Hasil pengamatan peneliti di lapangan, perilaku komunikasi antar individu dalam diskusi, tidak semua individu memperlihatkan perilaku setuju, ada yang masi bingung, dan ada juga perilaku tidak setuju. Dan inilah salah satu faktor mengapa Bonek terbagi menjadi kelompok-kelompok kecil dan bebas.

Musyawaharah dalam Bonek

Menurut Richard West dan Lynn Turner dalam bukunya Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (2007, p.5), komunikasi adalah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Indikator yang paling umum untuk mengklarifikasikan komunikasi berdasarkan konteks maupun tingkatnya adalah jumlah yang terlibat dalam komunikasi yang sedang berlangsung, di mana salah satunya adalah komunikasi kelompok yang diteliti oleh peneliti.

Proses komunikasi kelompok menurut Shannon dan Weaver (Mulyana, 2007, p.137) yang mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi suatu *signal* yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan signal (tanda) dari *transmitter* ke penerima (*receiver*). Sasaran (*destination*) adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu. Suatu konsep penting dalam model Shannon dan Weaver adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan yang tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan (baik gangguan psikologis maupun gangguan fisik). Gangguan-gangguan yang sering terjadi lebih kepada gangguan psikologis yang dirasakan oleh penerima pesan, antara lain pada saat koordinator memberikan pesan atau arahan atau himbauan, ada anggota yang melamun ataupun tidak memperhatikan sehingga tidak mengerti apa yang koordinator bicarakan. Media atau saluran yang lebih sering digunakan yaitu tatap muka serta *chat whatsapp*.

Analisis dan Interpretasi

Kecintaan terhadap Persebaya dan Keinginan Memperbaiki Citra

Kefanatikan tidak mengenal usia, baik yang masih muda, tua, ataupun sakit-sakitan, sekelompok *fans* atau suporter akan berusaha untuk berpartisipasi (Jacobson, 2003, p.2). Kefanatikan memungkinkan individu untuk menjadi bagian dari permainan tanpa memerlukan keahlian khusus. Selain itu, kefanatikan menawarkan manfaat sosial seperti perasaan persahabatan, solidaritas, dan kebanggaan yang bisa meningkatkan harga diri (Jacobson, 2003).

Rasa bangga, fanatik, persahabatan, rasa solidaritas dan ditambah lagi dengan faktor sejarah dan juga kedekatan wilayah itulah yang mendasari tujuan dari kelompok Bonekmania untuk mendukung tim mereka yakni Persebaya Surabaya. Mengutip percakapan Syaiful Antoni dan juga Andi Peci, bahwa mereka mengatakan jika hidup Bonek itu untuk Persebaya, dan mereka siap mengantarkan Bonek sampai ke level Internasional. Pernyataan tersebut menjadi sinyal yang sangat kuat loyalitas Bonek terhadap Persebaya Surabaya. Melihat hasil temuan data, mendukung Persebaya menjadi harga mati tujuan untuk sebagian besar Bonek, dan dibalik tujuan tersebut terdapat berbagai macam motivasi mendukung, seperti kedekatan wilayah, kebanggaan, kekeluargaan dan lain-lain.

Citra negatif yang diberikan masyarakat pada Bonek dari era kejayaan 2003/2004 hingga era keterpurukan Persebaya sudah sangat melekat. Dalam Soemirat dan Ardianto (2007, p. 114) disebutkan bahwa setiap kelompok pasti mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Kala itu Bonek diberitakan menjadi kelompok yang anarkis, citra yang sejatinya tidak dapat diterima oleh para Bonek. Namun Bonek tidak menyangkal keadaan masa lalu tersebut, kini mereka berbenah diri seiring kembalinya Persebaya ke kompetisi utama. Mengutip ucapan salah satu koordinator Bonek Tribun Selatan, Rizal mengatakan bahwa hidup mereka untuk Persebaya dan kini menjadi momentum untuk mereka, di mana Persebaya bangkit dan mereka pun bangkit untuk mendukung dengan cara yang lebih baik lagi untuk memperbaiki citra mereka yang sempat negatif.

Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pengolahan data, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai bagaimana komunikasi kelompok antara koordinator dan anggota suporter Bonekmania dalam rangka memperbaiki citra sudah berlangsung dengan sesuai. Pesan yang ingin disampaikan dari anggota satu ke anggota yang lain dapat diterima sesuai yang dimaksud untuk keperluan memperbaiki citra Bonek. Meskipun demikian adanya perbedaan niat, motivasi, dan pemikiran individu dalam berbagi informasi membuat adanya gangguan-gangguan saat proses komunikasi tersebut. Gangguan-gangguan yang terjadi terjadi lebih ke arah gangguan psikologis, seperti penerima tidak mendengarkan informasi secara baik, mendapat informasi setengah-setengah, perbedaan pemikiran, ingin terlihat menonjol, dan lain sebagainya.

Selain adanya gangguan komunikasi, terdapat pula hambatan atau kendala yang terjadi di kelompok suporter Bonekmania ini yang dapat dilihat dari interaksi serta tingkat kohesi. Interaksi yang terjadi di kelompok suporter ini

hanya terjadi saat kegiatan-kegiatan rutin yang dilangsungkan seperti kopi darat, *gathering* ataupun kegiatan sosial. Dalam kegiatan-kegiatan tatap muka tersebut juga belum tentu semuanya kenal, karena setiap kegiatan yang datang bisa berbeda-beda. Sisanya mereka hanya melakukan interaksi melalui media sosial. Adanya interaksi yang belum optimal tersebut membuat komunikasi yang terbina pun juga kurang efektif. Komunikasi yang efektif hanya terjadi antar anggota yang aktif atau juga antara anggota dan koordinator yang aktif.

Dari tingkat kohesi kelompok, Bonek sekarang jauh berbeda dengan Bonek terdahulu. Bonek terdahulu lebih bersatu dan satu komando, tidak ada tribun utara ataupun tribun selatan. Kini Bonek kesannya lebih terpecah-pecah, namun ada satu hal yang membuat mereka bersatu kembali, yaitu mereka sama-sama ingin memperbaiki citra dan menjadi suporter yang lebih baik lagi. Koordinator telah melakukan tugasnya dengan sangat baik, memberikan edukasi-edukasi mengenai suporter kepada anggotanya, menyalurkan semangat perjuangan dan juga himbauan-himbau terhadap Bonek muda. Usaha –usaha tersebut dilakukan untuk memperbaiki citra Bonek. Walaupun masih terdapat kendala dan perbedaan-perbedaan yang terjadi antara tiap anggota ataupun koordinator, perbedaan-perbedaan tersebut masih bisa diselesaikan dengan baik sampai saat ini. Hubungan yang baik serta komitmen kelompok lebih membuat perbedaan-perbedaan yang ada dari tiap anggota semakin kecil.

Daftar Referensi

- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi ; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Bosma, H. A., Graafsma, T. L. G., Grotevant, H. D., & de Levita, D. J. (Ed.). (1994). *Identity and Development: An Interdisciplinary Approach*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Blumer, Herbert. (1968). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Los Angeles : University of California Press.
- Creswell, John W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dominick, Joseph R. (2005). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age* (8th ed.). Athens: McGraw Hill.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Foer, Franklin. (2006). *Memahami Dunia Lewat Sepak Bola*. Jakarta: Marjin Kiri.
- Goldberg, Alvin A, & Larsson, E. Carl. (1975). *Group Communication: Processes and application*. Engelwood Cliffs : Prentice Hall.
- Handoko, Anung. (2008). *Sepak Bola Tanpa Batas*. Yogyakarta : Kanisius.

- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A. Foss. (2002). *Theories of Human Communication* 7th edition. Belmont: Wadsworth Group.
- Marhaendra, Andy. (2010). *Dari Sihir Afrika hingga Gereja Maradona*. Yogyakarta: Bentang Pusaka.
- Santosa, Slamet. (1992). *Dinamika Kelompok*. Jakarta : Bumi Aksara.