

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sepakbola merupakan olahraga terpopuler di Indonesia, sebanyak 77 persen rakyat Indonesia cinta sepakbola, dan ini menempatkan Indonesia menjadi negara pecinta sepakbola nomor dua di dunia pada tahun 2016 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/08/indonesia-penggemar-bola-nomor-dua-di-dunia>) melihat banyaknya khalayak yang menyukai olahraga ini maka sangat dibutuhkan wadah untuk menjembatani antara organisasi sepakbola dengan publiknya. Humas merupakan sebuah bagian yang penting dan dibutuhkan oleh setiap organisasi. Adanya humas dapat membantu organisasi untuk menciptakan suatu hubungan baik dengan khalayak serta mencapai tujuan bersama di antara keduanya. Dalam hal ini, komunikasi menjadi peran penting bagi setiap kegiatan humas.

Tak jarang, olahraga yang memiliki jumlah pemain lebih banyak daripada jumlah pengadilnya ini yaitu 22:3 kerap menimbulkan masalah dalam lapangan dan luar lapangan, bahkan masalah tersebut meluas hingga ke ranah supporter permasalahan atau pelanggaran supporter seperti supporter yang protes masuk ke lapangan, membuat kerusuhan di stadion, dan bentrok antar supporter.

<https://jateng.tribunnews.com/2019/08/06/psis-semarang-telan-3-kekalahan-beruntun-di-liga-1-2019-suporter-lakukan-aksi-protes-di-lapangan>)

Dari apa yang dilanggar oleh supporter inilah yang membuat klub itu sendiri menjadi rugi, karena harus menanggung beban sanksi yang diberikan, selain itu masalah seperti aksi protes supporter dengan pengurus karena ekspektasi mereka tidak sesuai menggambarkan kurangnya hubungan yang harmonis diantara keduanya. Hal ini lah yang harus menjadi perhatian pengurus klub sepakbola Indonesia, bagaimana program humas dalam membina hubungan baik dengan supporter dan juga terus melakukan pembinaan etika kepada supporter.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana program Sarasehan PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter-nya.

PSIS Semarang merupakan klub sepakbola dengan basis supporter yang banyak, yaitu terdiri dari Panser Biru dan SneX. PSIS Semarang menempati posisi ke-8 dengan jumlah supporter terbanyak di Indonesia dengan jumlah 68.219 orang (bola.tempo.co). Supporter-nya pun tak jarang mendapatkan sanksi dari Komdis PSSI karena sikap kurang supportif dengan supporter lain, selain itu juga banyaknya sikap mereka yang kurang sopan dan tidak tertib lalu lintas ketika perjalanan menuju stadion, seperti memakai jalur lawan arah, terobos lampu merah.

Hadirnya supporter sebagai publik dalam sepakbola adalah salah satu pilar penting dalam industri sepakbola. (Handoko, 2008: 35). Tidak hanya sebagai

pendukung bagi tim, jika dari sudut pandang komersial, suporter juga merupakan pemikat yang istimewa bagi para sponsor. Dasar suporter yang besar dan kuat akan dipandang sebagai suatu potensi yang akan memberi keuntungan bagi para sponsor. Sementara itu, kehadiran sponsor bagi klub sepakbola akan sangat membantu operasional klub yaitu dengan bantuan finansial ataupun fasilitas yang diberikan oleh sponsor. Terlihat pada tahun 2020 PSIS Semarang berhasil menggandeng 6 sponsor besar bagi klubnya. (<https://www.google.com/amp/s/jateng.antaranews.com/amp/berita/295054/6-sponsor-pastikan-sokong-psis-semarang>).

Sehingga, disinilah bagaimana pentingnya organisasi sepakbola untuk membina hubungan baik dengan supporter. Sebagaimana dinyatakan Kriyantono (2014: 277), fokus inti dari aktivitas Humas adalah hubungan dengan menempatkan komunikasi sebagai alat untuk membina hubungan tersebut. Hubungan baik ini pada akhirnya sangat mempengaruhi stabilitas organisasi.

Sejatinya pentingnya kehadiran supporter tidak hanya pada bidang komersial saja, supporter sudah seperti pemain ke 12 dalam pertandingan sepakbola, karena kehadiran supporter saat mendukung klub kebanggaan mereka di tribun stadion seperti dengan menyanyikan yel-yel, membuat koreografi kreatif, dan sorakan sorakan supporterlah yang dapat mengganggu konsentrasi lawan, hal inilah yang biasa disebut dengan Psycho War di kalangan supporter karena dapat mengganggu mental pemain lawan. Namun, banyak dari supporter yang masih belum taat pada peraturan yang telah diberikan oleh Tim Komdis PSSI seperti

menyanyikan lagu rasis, kekerasan seperti melempar botol ke daerah supporter lawan, dan menyalakan flare atau kembang api didalam stadion saat pertandingan, contohnya adalah klub PSIS Semarang dan supporternya yaitu panser biru dan snex dimana per 15 Juni 2019 klub ini sudah mengantongi denda sebesar Rp. 175.000.000 (<https://pojoksatu.id/bola/nasional/2019/06/15/pssi-kena-denda-rp-175-juta-ini-penyebabnya/>) Padahal dari PSSI sendiri sudah mengeluarkan peraturan yang diturunkan kepada klub agar dikomunikasikan kepada supporternya.

Sikap kurang dewasa supporter adalah ketika klub kebanggan mereka kalah tidak jarang mereka melampiaskan ke hal yang tidak pantas, sebaliknya jika klub kebanggan menang tidak jarang mereka menyanyikan lagu menghina klub lawan atau memberikan sikap yang meledek supporter lawan, seperti contohnya hal tersebut terjadi pada saat laga PSIS Semarang melawan Persija Jakarta di Stadion Moch. Soebroto Magelang, hal tersebut menimbulkan kericuhan antar supporter dan tentu karena ulah supporter tersebut Klub PSIS Semarang mendapatkan Sanksi dari Komdis PSSI yaitu dikenakan denda Rp. 50 juta.

Kelompok supporter yang datang ke stadion menyaksikan klub kebanggaan mereka bertanding dengan menyanyikan chant, dengan menggunakan atribut kebanggan, membuat koreografi, menyalakan flare dan smoke bom. Informasi yang diperoleh dari web PSSI, total ada 2,5 milyar rupiah yang harus dibayarkan seluruh klub yang berada dibawah naungan PSSI akibat ulah supporter sepanjang tahun 2017, salah satu yang menyebabkan denda tersebut adalah

penggunaan flare, smoke bom, dan petasan didalam stadion. PSIS Semarang adalah salah satu klub yang mendapatkan denda sebesar Rp. 100 juta karena ulah supporter yang menyalakan flare didalam stadion pada tahun 2018. (Pssi.org).

Padahal sudah tertera dalam kode disiplin PSSI yang telah ditetapkan oleh komite eksekutif PSSI 2018, penggunaan benda –benda seperti yang mengandung api atau menyebabkan kebakaran (kembang api, petasan, smoke bom, flare) dan sebagainya adalah dilarang, berbuat tidak sopan terhadap lawan, menyanyikan lagu rasis dan menghina lawan adalah dilarang (PSSI.org)

Permasalahan tersebutlah yang membuat Humas PSIS Semarang harus menjalin komunikasi yang baik dengan supporter, agar apa yang menjadi tujuan dan informasi dari PSSI dapat terkoordinasikan dengan baik, untuk itu PSIS Semarang membuat program Sarasehan, sebagai wadah untuk mempertemukan dan berkomunikasi antara tim management dan supporter PSIS Semarang.

Permasalahan tersebutlah yang membuat management PSIS Semarang tetap harus memiliki hubungan baik dengan supporter karena agar komunikasi bisa berjalan dengan lancar dan juga apa yang menjadi tujuan bersama bias tercapai. Berdasarkan data PSIS Semarang, pada 25 Juli 2020 Management PSIS Semarang mengadakan Sarasehan dengan kedua supporter yaitu Panzer Biru dan Snex di Rumah Makan Super Penyet Semarang. Sarasehan diadakan oleh management PSIS Semarang untuk tetap menjalin hubungan baik walaupun liga sedang tidak berjalan dan juga untuk mendengarkan aspirasi supporter sebelum liga dilanjutkan. Dalam acara tersebut, baik Panzer Biru maupun Snex

menyampaikan beberapa usulan dan pandangannya. Beberapa diantaranya adalah usulan homebase dan keinginan mereka supaya PSIS Semarang tetap mengikuti lanjutan Liga 1 2020.

Menurut Prayudi (2012: 28), sikap kritis tersebut merupakan suatu konsekuensi yang harus diterima oleh organisasi modern. Kondisi tersebut dikarenakan semakin tingginya ekspektasi dari publik terhadap organisasi. Sikap sikap dari supporter tersebutlah yang masih menjadi rancu sebenarnya bagaimana komunikasi antara mereka dengan management, mengapa masih terjadi aksi protes dijalanan sedangkan sudah disediakan program sarasehan sebagai wadah komunikasi antara mereka.

Program-program untuk membina hubungan baik dan juga membina etika dukungan supporter pada dasarnya adalah sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang humas kepada supporter.

Aktivitas Humas adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya (Ruslan, 2014: 16). Sehingga, idealnya terdapat fungsi management komunikasi dalam suatu organisasi sepakbola untuk membina hubungan baik dan terjalin mutualisme antara organisasi dengan publiknya menggunakan komunikasi sebagai alatnya.

Melihat kenyataan yang terjadi di lapangan seharusnya didukung semakin berkembangnya teknologi informasi pengurus PSIS Semarang harus semakin kreatif dalam memanfaatkan teknologi untuk membina hubungan baik dengan supporternya, namun dilihat dari media seperti web, youtube, twitter, dan juga

instagram, mereka hanya mengisi tentang informasi terkait klub saja, jarang digunakan sebagai wadah membina hubungan baik dengan supporter.

Munculnya permasalahan tersebut sejatinya menjadi tanggung jawab pengurus PSIS Semarang yang menjalankan peran dan fungsi kehumasan atau yang berkaitan dengan eksternal. Seharusnya dalam organisasi memiliki fungsi dan peran dalam merubah situasi kurang baik menjadi situasi yang baik diantara organisasi dengan publiknya (Jefkins, 2003: 58).

Perubahan tersebut dilakukan dengan cara yang ada dalam teori kehumasan. Pembinaan hubungan antara organisasi sepakbola dengan supporter masih mengalami permasalahan. Fakta ini menggambarkan adanya kondisi yang belum sesuai dengan konsep dan teori manajemen hubungan dalam praktik kehumasan yang dijalankan. Manajemen hubungan melihat dalam sebuah organisasi memiliki Humas yang sesuai akan mencapai hubungan yang baik dengan publiknya Ledingham dalam (Ardianto, 2011:119). Teori ini menjelaskan prinsip Humas dalam organisasi untuk menentukan kontribusi Humas dalam mencapai tujuan organisasi.

Selain itu, teori ini juga konsisten dengan gagasan bahwa kegiatan Humas harus menghasilkan pemahaman dan mutualisme, baik bagi organisasi ataupun publiknya dimana mutualisme tersebut itu tercipta ketika kepentingan keduanya dapat saling berjalan dengan baik, tetapi masih sering terjadi miss komunikasi dimana klub merasa dirugikan oleh sikap akibat buruknya etika supporter, dan supporter yang merasa kurang adanya wadah bagi mereka.

Pentingnya program-program dalam rangka pembinaan hubungan baik antara klub dengan suporter sebenarnya juga disadari oleh pengurus PSIS Semarang, sebagai salah satu klub sepakbola di kasta tertinggi sepakbola Indonesia. Mereka menyampaikan kepada peneliti bahwa pembinaan hubungan dengan suporter merupakan suatu hal yang menjadi hal yang tengah mereka jalani. Sikap kritis supporter dalam mendukung suatu klub akan semakin tinggi, sehingga jika tidak dibina dengan baik akan ditakutkan dapat memberikan dampak yang kurang baik bagi organisasi sepakbola itu sendiri. PSIS Semarang menindaklanjutinya dengan mengadakan program yang bernama sarasehan.

Klub sepakbola akan memiliki nama yang baik dimata masyarakat, para pencinta sepakbola, dan bidang industri bukan hanya dilihat soal kemenangan saja, namun di sini nama sebuah klub sepakbola juga dilihat dari aktivitas dan program klub, hubungan klub dengan supporter dan dilihat bagaimana etika supporter klub tersebut. Nama baik klub sepakbola akan didapat ketika klub sepakbola tersebut mampu menjalankan tugas membina hubungan baik dengan publiknya, dan supporter yang dikenal dengan dukungan baiknya, tentu saja klub dan supporter harus memiliki hubungan komunikasi yang baik dan menciptakan etika dukungan supporter yang positif yaitu dengan membutuhkan proses komunikasi didalamnya.

Raport kurang baik yang dialami PSIS Semarang selama memasuki kembali kasta tertinggi sepakbola di Indonesia ini, mendorong peneliti untuk melakukan pendekatan lebih dekat lagi mengenai bagaimana program-program

yang dilakukan oleh Humas PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan etika dukungan pada kelompok supporter panser.

1.2. Rumusan Masalah

Sebagai salah satu klub besar di Indonesia, PSIS Semarang memiliki tantangan besar dalam membangun klub dan supporternya, seperti untuk terus membina etika dukungan supporter agar sesuai dengan regulasi yang ada dan tidak memberikan dampak negatif bagi klub. Keberhasilan dalam membangun klub dan supporternya dapat memengaruhi stabilitas dalam aspek, sosial, ekonomi, dan politik, sehingga hal ini akan memberikan dampak positif bagi keduanya, hal inilah yang mengharuskan sebuah organisasi sepakbola harus memiliki manajemen hubungan yang baik dengan supporternya

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka pertanyaan yang muncul adalah apa saja yang sudah dilakukan oleh manajemen PSIS dalam berkoordinasi dan membina Supporter.

Dengan demikian peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara manajemen PSIS berkoordinasi dan menjalin hubungan baik dengan supporter?
2. Bagaimana peran manajemen PSIS dalam membina supporter?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana program yang dijalankan oleh Humas PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina Panser Biru dan SneX. Pada tahap ini, program yang dijalankan oleh Humas PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika supporter, akan didefinisikan secara umum sebagai:

1. Mendeskripsikan bagaimana cara manajemen PSIS berkoordinasi dan menjalin hubungan baik dengan supporter?
2. Mendeskripsikan bagaimana peran manajemen PSIS dalam membina supporter?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan pada materi studi manajemen humas, lebih khususnya terkait aktivitas humas klub sepakbola dalam melakukan pembinaan hubungan baik dan etika supporter, sesuai dengan apa yang ada dalam teori manajemen hubungan

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan lebih lanjut lagi kedepannya, bagi pengurus organisasi sepakbola dan pengurus kelompok supporter, dan juga

penelitian ini bisa menjelaskan bagaimana peran penting humas dalam industri sepakbola dan memberikan referensi kepada pengurus sepakbola lainnya mengenai pentingnya untuk membina hubungan baik dan melakukan pendampingan etika supporter.

1.4.3 Kegunaan Sosial

Dilihat dari segi sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat dan seluruh pencinta sepakbola tentang bagaimana cara membina hubungan baik antara pengurus organisasi sepakbola dengan supporternya, untuk mengurangi angka kerusuhan yang disebabkan oleh kelompok supoorter dan dapat mengurangi citra buruk sepakbola khususnya supporter dimata masyarakat yang terkenal anarkis.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan Paradigma konstruktivisme. Secara ontologi, paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya. Karena itu, realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa digeneralisasi kepada semua orang. Hubungan epistemologis antara pengamat dan objek merupakan satu kesatuan, subjektif, dan merupakan hasil perpaduan interaksi antara keduanya (Salim, 2006:71).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas “socially meaningful action” melalui pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam setting yang alamiah, agar dapat memahami dan menafsirkan bagaimana aktor sosial mencipta dan memelihara dunia sosial (Salim, 2006:71-72). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti akan menempatkan peneliti setara dan sebisa mungkin masuk sebagai subjeknya, dan berusaha memahami dan mengkonstruksikan komunikasi persuasif dari subjek yang nantinya akan diteliti.

1.5.2. State Of The Art

- a. Komunikasi Organisasi Komunitas Supporter Arema City Of Reog (Acor) Dalam Membina Akhlak Anggota (Elviana, 2018: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pendekatan komunikasi organisasi organisasi dalam komunitas Arema City Of Reog (ACOR) dan bagaimana pola pembinaan akhlak pada anggota komunitas Arema City Of Reog (ACOR). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data dari ketua dan sebagian anggota komunitas ACOR. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi organisasi manajemen klasikal yang di kemukakan oleh Griffin. Penelitian ini menghasilkan 1. pendekatan komunikasi yang ada dalam komunitas ACOR adalah upward communication, downward communication, dan komunikasi horizontal. 2. pola pembinaan akhlak yang

digunakan dalam komunitas ACOR adalah pola pembinaan dengan keteladanan dan pembiasaan.

Peneliti memilih penelitian tersebut sebagai state of the art karena memiliki pembahasan yang serupa yaitu bagaimana cara melakukan pembinaan etika dari suporter. Penelitian Elviana lebih berfokus pada apa yang dilakukan oleh komunikasi organisasi internal komunitas suporter, sedangkan peneliti lebih berfokus pada bagaimana program-program yang dilakukan oleh Humas PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan suporter, jadi bedanya adalah subjeknya. Pada penelitian Elviana Interna(Kelompok Suporter)-Internal(Kelompok Suporter), peneliti Eksternal(Pengurus PSIS Semarang)-Internal (Kelompok Suporter).

b. Hambatan dan Dorongan Humas Semen Padang Football Club dalam membina Hubungan dengan Supporter (Hidayat, 2016: Universitas Andalas)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui cara pembinaan hubungan antara klub dengan supporter yang dilakukan oleh Humas Semen Padang FC. Penelitiannya menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif dengan pemilihan informan menggunakan metode purposive. Penelitian ini menggunakan teori Manajemen Hubungan. Penelitian ini menghasilkan bahwa dalam membina hubungan dengan supporternya Humas Semen Padang FC membatasi keterbukaan terhadap supporter, serta melakukan pendekatan interpersonal dan membuat jaringan komunikasi. Adapun hambatannya adalah bagaimana kepentingan untuk menjaga rahasia dan keselamatan organisasi, kompetensi Sumber Daya Manusia

Humas sendiri yang masih kurang memadai, dan kondisi persepakbolaan indonesia yang tidak kondusif.

Penelitian yang telah dipaparkan diatas berfokus pada proses komunikasi persuasif dalam satu organisasi dan hambatan dalam membina hubungan baik. Perbedaan pada penelitian ini adalah untuk melihat proses komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dengan supporternya, serta melihat bagaimana proses komunikasi persuasif PSIS Semarang dalam membina etika supporternya. Oleh karena itu penelitian ini lebih jauh melihat mengenai bentuk komunikasi yang dilakukan dalam membina hubungan baik dan etika dukungan supporter.

Peneliti memilih penelitian tersebut sebagai state of the art karena memiliki pembahasan yang serupa yaitu bagaimana pengurus organisasi membina hubungan baik dengan suporternya, namun pada penelitian purnomo lebih berfokus pada hambatan-hambatannya, sedangkan peneliti berfokus pada bagaimana program-program dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter.

C. Aktivitas Humas Polri Dalam Membina Hubungan Dengan Pers (Hulasoh, 2018: Universitas Pamulang)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan bagaimana aktivitas Humas Polri dalam membina hubungan dengan pers. Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deskriptif.

Penelitian ini menghasilkan bahwa Humas Polri menjalankan fungsi, tugas, dan perannya terhadap publik dengan menjalin kerjasama dengan pers melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka membina hubungan baik, antara lain press conference, press release, press tour, coffe morning, press interview dan lainnya.

Penelitian yang dipaparkan diatas berfokus pada aktivitas Humas dengan Pers. Perbedaan pada penelitian ini adalah stakeholder dari humas itu sendiri, jika pada penelitian hulasalaoh stakeholder Humas adalah Pers/Media, jika pada penelitian ini adalah supporter sebagai publiknya.

Peneliti memilih penelitian tersebut sebagai state of the art karena memiliki pembahasan yang serupa yaitu tentang aktivitas humas, sehingga dapat dijadikan contoh dalam penelitian ini karena mengangkat tentang program yang dijalankan humas.

1.5.3 Teori

1.5.3.1 Humas

Humas (Hubungan Masyarakat) yang merupakan terjemahan bebas dari istilah Public relation atau bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Sedangkan menurut definisi kamus terbitan Institute Of Public Relation (IPR) yakni sebuah lembaga Humas terkemuka di Inggris dan Eropa, Humas adalah keseluruhan

upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. (Anggoro, 2001:1)

Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

1.5.3.2 Tujuan Humas

Humas atau public relations pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila kita bawa ke tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi, dan perilaku positif publik terhadap organisasi/lembaga. (Kusumastuti, 2004:20)

1.5.3.3 Tugas dan Fungsi Humas

Berbicara fungsi berarti berbicara masalah kegunaan humas dalam mencapai tujuan organisasi/lembaga. Frida Kusumawati menyebutkan fungsi public relations (kusumastutii, 2004:22-24). Adapun fungsi humas adalah :

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- 2) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.

- 3) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- 4) Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Ada tiga tugas humas dalam organisasi/lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas. Ketiga tugas tersebut adalah sebagai berikut (Kusumastuti, 2004:25) :

- 1) Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/lembaga. Tugas humas adalah merubah publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang berprasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati.
- 2) Mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik. Kepentingan organisasi/lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila kepentingannya berbeda, maka humas dapat bertugas untuk menghubungkannya.
- 3) Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik. Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas.

Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk memberi nasihat apakah suatu program sebaiknya diteruskan ataupun ditunda ataupun dihentikan. Disini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program.

1.5.3.4 Teori Management Hubungan

Teori manajemen hubungan mengacu pada proses hubungan manajemen antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal. Menurut Ledingham dalam (Ardianto, 2011:119), manajemen hubungan melihat dalam sebuah organisasi memiliki Humas yang sesuai akan mencapai hubungan yang baik dengan publiknya. Teori ini menjelaskan prinsip Humas dalam organisasi untuk menentukan kontribusi Humas dalam mencapai tujuan organisasi.

Selain itu, teori ini juga konsisten dengan gagasan bahwa kegiatan Humas harus menghasilkan pemahaman dan mutualisme, baik bagi organisasi ataupun publiknya dimana mutualisme tersebut itu tercipta ketika kepentingan keduanya dapat saling berjalan dengan baik.

Sebagai fondasi bagi praktik public relations, manajemen hubungan memiliki empat kunci pengembangan:

- (a) mencerminkan peranan sentral hubungan dalam PR;
- (b) mengkonsep ulang PR sebagai sebuah manajemen;
- (c) mengidentifikasi komponen-komponen dan bentuk-bentuk organisasi hubungan publik, mencakup sikap, persepsi, pengetahuan, dan perilaku publik, serta strategi pengukuran hubungan;

- (d) mengkonstruksi model-model organisasi hubungan publik.

Heath dalam Ardianto mengatakan bahwa dalam pengelolaan organisasi hubungan publik (managing organization-publicrelationship) PR memiliki prinsip-prinsip:

- (a) fokus inti PR adalah relationship;
- (b) keberhasilan hubungan melibatkan kedua belah pihak, organisasi, dan interaksi publik;
- (c) organisasi hubungan publik bersifat dinamis;
- (d) hubungan didorong oleh kebutuhan dan keinginan organisasi serta publik;
- (e) manajemen organisasi hubungan publik berfungsi untuk meningkatkan pemahaman dan manfaat bagi organisasi dan publiknya;
- (f) keberhasilan organisasi hubungan publik diukur oleh kualitas hubungan daripada produksi pesan dan penyebaran pesan;
- (g) komunikasi adalah alat strategi dalam mengelola hubungan;
- (h) organisasi hubungan publik dipengaruhi oleh sejarah relasional, sifat dasar interaksi, frekuensi perubahan, dan pertukaran informasi;
- (i) organisasi hubungan publik dapat dikategorikan menjadi tipe personal, professional, komunitas, atau behavioral (dorongan program);
- (j) membangun hubungan dapat digunakan dalam semua aspek penelitian dan praktik public relations (Ardianto, 2011:119-120).

1.6 Operasional Konsep

1.6.1 Program Humas

Program Humas (Public Relation) pada hakekatnya adalah komunikasi.. Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendi adalah penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung (melalui media)

Kegiatan komunikasi dalam Public Relation mempunyai ciri- ciri tersebut, disebabkan karena fungsi sifat organisasi dari lembaga dimana Public Relation itu berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, publik yang menjadi sasaran dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhinya. Ciri hakiki dari komunikasi dalam Public Relation (Humas) adalah komunikasi yang bersifat timbal balik (two way traffic. Komunikasi yang bersifat timbal balik ini penting dan mutlak harus ada dalam Public Relation, dan terciptanya feed back merupakan prinsip pokok Public Relation (Humas).

Dalam penelitian ini, program humas yang ingin di teliti adalah bagaimana saja program kehumasan yang dilakukan oleh Humas PSIS Semarang dalam mencapai tujuan bersama dengan publiknya (supporter).

1.6.2 Hubungan Baik

Hubungan antara organisasi dengan publiknya menjadi fokus terpenting dalam seluruh aktivitas Humas. Sebagaimana dinyatakan (Kriyantono,2014:277),

fokus inti dari aktivitas Humas adalah hubungan dengan menempatkan komunikasi sebagai alat untuk membina hubungan tersebut. Hubungan baik ini pada akhirnya sangat mempengaruhi stabilitas organisasi.

Dalam organisasi sepakbola tentu terdapat Humas atau dalam PSIS Semarang menjadi Tugas Media Officer. Aktivitas Humas adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya (Ruslan, 2014: 16). Sehingga, idealnya terdapat fungsi management komunikasi dalam suatu organisasi sepakbola agar antara terjalin mutualisme antara organisasi dengan publiknya dalam mencapai tujuan bersama.

Konsep hubungan baik ini digunakan untuk melihat bagaimana pengurus PSIS Semarang dapat menjalin mutualisme dan komunikasi yang lancar dengan supporter dalam mencapai tujuan bersama.

1.6.3 Etika Dukungan

Bertens (dalam Darmastuti, 2007:25) menjelaskan bahwa etika adalah nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan dalam kehidupan yang digunakan untuk mengatur tingkah laku manusia. A Sonny Keraf (dalam Darmastuti, 2007:35) membagi etika menjadi dua, yaitu etika umum dan etika khusus. Etika umum adalah prinsip-prinsip moral yang mengacu pada prinsip moral dasar sebagai pegangan dalam bertindak yang menjadi acuan untuk menilai baik buruknya tindakan, sedangkan etika khusus adalah penerapan moral dasar dalam bidang-bidang khusus. Etika khusus ini masih terbagi menjadi dua, yaitu etika individual dan etika sosial. Etika individual menekankan pada kewajiban

manusia terhadap dirinya sendiri untuk mencapai kesucian hidup, sementara etika sonin lebih menekankan pada kewajiban, sikap, dan perilaku sebagai anggota masyarakat dan tanggung jawab terhadap lingkungannya.

Etika sendiri memiliki peran yang penting dalam hidup manusia. Salah satu peran penting etika adalah untuk mengarahkan masyarakat menjadi masyarakat yang tertib, teratur, damai dan sejahtera dengan menaati norma-norma yang berlaku (Darmastuti, 2007:37).

Etika dukungan sendiri telah dijelaskan dalam kode disiplin PSSI yang telah ditetapkan oleh komite eksekutif PSSI 2018, penggunaan benda –benda seperti yang mengandung api atau menyebabkan kebakaran (kembang api, petasan, smoke bom, flare) dan sebagainya adalah dilarang, menampilkan slogan yang menghina atau bermuatan politik dalam bentuk apapun, mengucapkan kata-kata hinaan, atau menyerang lapangan.

Konsep mengenai etika dukungan ini digunakan untuk melihat etika dukungan yang seharusnya dipatuhi oleh kelompok suporter fanatik sepak bola. Tentang bagaimana aktivitas humas dalam membina etika dukungan supporter saat mendukung klub di stadion sesuai dengan aturan PSSI.

1.7 Metode penelitian

1.7.1 Design penelitian

1.7.1.1 Tipe Penelitian

Design penelitian yang digunakan adalah dengan tipe penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Tipe penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang dimiliki (Nazir, 2014:43). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana komunikasi persuasif yang terjadi dari pengurus PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter Panser Biru dan SneX.

1.7.1.2 Metode Penelitian

Salah satu jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus tunggal. Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat. Disini diperlukan analisis secara tajam terhadap berbagai faktif yang terkait sehingga akhirnya akan diperoleh kesimpulan yang akurat (Sutedi, 2009:61). Data dari studi kasus dapat diperoleh dari pihak yang bersangkutan, dengan kata lain diperoleh dari berbagai sumber (Nawawi, 2003)

Oleh karena itu studi kasus berfokus pada pengembangan deskripsi yang cermat dan lengkap tentang proses komunikasi persuasif PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan dilakukan langsung di lapangan yaitu di Home Base atau Office PSIS Semarang di Stadion Citarum Semarang, penelitian juga dilakukan wawancara di Kantor Panser Biru, dan SneX.

1.7.3 Subjek penelitian

Subjek Penelitian ini adalah pengurus PSIS Semarang. Pengurus PSIS Semarang dipilih karena merupakan subjek yang melakukan komunikasi persuasif. Subjek yang kedua adalah pengurus kelompok supporter, peneliti memilih pengurus supporter karena ingin melihat dari sudut pandang orang yang mendapatkan pesan dari komunikasi. Adapun sumber informan dalam penelitian ini adalah pengurus PSIS Semarang yaitu Manager PSIS Semarang Wahyu Liluk, Yoyok, Media Officer PSIS Semarang, dan pengurus supporter Panser biru dan SneX.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1.7.4.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diambil langsung dari lapangan, data yang diperoleh langsung dari pihak terkait, data yang diperoleh dari informan dengan cara wawancara tentang bagaimana komunikasi persuasif yang telah dilakukan.

1.7.4.2 Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini adalah data yang didapatkan dari luar informan, seperti artikel, buku, jurnal, dan web resmi yang dapat memberikan informasi terkait data dan komunikasi persuasif.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara wawancara bertahap. Wawancara bertahap ini dilakukan secara bebas dan juga mendalam (In-deph), tetapi kebebasan ini tetap tidak dapat terlepas dari pokok permasalahan yang ditanyakan kepada responden (Bungin, 2007:113). Karakter utama dari wawancara ini adalah wawancara yang dilakukan secara bertahap dan pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informan (Bungin, 2007:113)

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman (1992), kegiatan analisis data terdiri dari tiga tahap yaitu, kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data. Yang dimaksud pengkodean adalah peneliti memberikan nama terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian meng.

Tahap penyajian data adalah sebuah tahap menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi dimana tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. (Afrizal, 2014 : 178-180)

Ketiga tahap yang direkomendasikan memperlihatkan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses kategorisasi data atau dengan kata lain proses menemukan pola atau tema – tema dan mencari hubungan antara kategori yang telah ditemukan dari hasil pengumpulan data dalam proses komunikasi persuasif PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter.

1.7.7 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki keterbatasan yang membatasi hasil penelitian ini. Keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian adalah sedikitnya pemberitaan yang muncul di dalam media PSIS Semarang tentang proses

komunikasi mereka dengan supporter. Penelitian ini hanya dilakukan pada wawancara kepada pengurus PSIS Semarang dan Pengurus Supporter. Tidak mencakup proses komunikasi atau pertemuan keduanya.

