

**POLA KOMUNIKASI ANGGOTA KOMUNITAS FANS
MANCHESTER UNITED DALAM MEMPERTAHANKAN
SOLIDARITAS
(Studi Etnografi Komunikasi Pada Anggota Komunitas United
Indonesia of Bandung)**

**COMMUNICATION PATTERNS AMONG MEMBER OF MANCHESTER
UNITED FANS COMMUNITY IN SUSTAINING SOLIDARITY
(Study of Communication Ethnography on Members of the United Indonesia
Community of Bandung)**

Andy Lawrence¹, Dr. Dedi Kurnia Syah Putra, S.Sos.I., M. Ikom²
^{1,2}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹andylaws234@gmail.com, ²Dedikurniasyah@gmail.com

ABSTRAK

Hampir semua orang di dunia mengenali atau bahkan menggemari olahraga sepak bola, dan kegemaran akan olahraga sepak bola ini juga biasanya akan diwujudkan dalam adanya bentuk dukungan terhadap klub yang disukai atau pemain yang diidolakan, yang kemudian pendukungnya biasa disebut suporter atau *fans*. Di Indonesia sendiri, kegemaran akan sepak bola juga terlihat pada banyaknya komunitas *fans* atau organisasi suporter yang kemudian terbentuk sebagai wadah untuk mendukung berbagai klub di belahan dunia. Komunitas United Indonesia of Bandung merupakan satu dari sekian banyak komunitas fans sepakbola yang ada di Indonesia.

United Indonesia of Bandung semenjak berdiri 12 tahun lalu telah memiliki kurang lebih 3000 member, berasal dari demografi yang beragam dan peranan komunikasi dalam komunitas tersebut menjadi vital untuk mengawali berbagai aktivitas yang akan dilakukan dalam komunitas, terlebih dalam menjalin hubungan antar sesama anggota komunitas. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi diantara anggota komunitas dalam mempertahankan solidaritasnya, bentuk jaringan yang terjadi diantara anggota dan sifat aliran informasi atas pesan dari komunikasi yang berlangsung diantara anggota komunitas.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif dengan metode Etnografi. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi partisipatif dan wawancara dengan empat orang anggota United Indonesia of Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah pola komunikasi yang digunakan antar anggota adalah multi arah dan sifat aliran informasi yang terjadi diantara anggota adalah kombinasi dari berurutan dan serentak, pola komunikasi yang terjadi secara berulang yang mampu membentuk sebuah tatanan masyarakat dengan budaya kerjasama dan perasaan saling membutuhkan satu sama lain.

Kata Kunci: Fans, Komunitas, Pola Komunikasi, Sifat Aliran Informasi, United Indonesia of Bandung

ABSTRACT

Almost everyone in the world recognizes or even enjoys soccer, and this passion for soccer will usually be manifested in the form of support for favored clubs or idolized players, whose supporters are usually called supporters or fans. In Indonesia itself, the passion for football is also seen in the many community of fans or supporter organizations which later formed as a forum to support various clubs in the world. The United Indonesia of Bandung community is one of the many football fan communities in Indonesia.

United Indonesia of Bandung since its establishment 12 years ago has approximately 3000 members, originating from diverse demographics and the role of communication in the community is vital for initiating various activities to be carried out in the community, especially in establishing relationships among fellow community members. Therefore this study aims to determine the communication patterns that occur among community members in maintaining solidarity, the form of networking that occurs between members and the nature of information flow on messages from communication that takes place among community members.

This research uses a qualitative approach methodology with ethnographic methods. The research data was obtained through participatory observation and interviews with four members of the United Indonesia of Bandung. The results of this study are the communication patterns used between

members are the combination of wheel and star patterns and the nature of the information flow that occurs between members is a combination of sequential and simultaneous, repetitive communication patterns that are able to form a social order with a culture of cooperation and a feeling of mutual need one another.

Keywords: Fans, Community, Communication Patterns, Information Flow, United Indonesia of Bandung

1. PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang populer, hampir semua orang di dunia mengenali atau bahkan menggemarnya. Kegemaran akan olahraga sepak bola ini juga biasanya akan diwujudkan dalam adanya bentuk dukungan terhadap klub yang disukai atau pemain yang diidolakan, yang kemudian pendukungnya biasa disebut suporter atau *fans*. Pada era globalisasi kini tayangan sepak bola dapat dengan mudah diakses tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, baik melalui siaran tv ataupun internet seorang *fans* bisa menonton secara langsung pertandingan yang dijadwalkan di luar negeri. Manchester United, sebagai klub terfavorit di Indonesia juga memiliki 3 basis komunitas *fans* besar dalam negeri, dan yang pertama adalah United Army, komunitas ini berdiri sejak tanggal 7 Agustus 2009 di Jakarta. Kedua Indo Man Utd yang merupakan komunitas pecinta Setan Merah tertua di Indonesia, yang terbentuk tanggal 13 Maret 2000 setelah euforia “*Treble Winner 99*”. Ketiga adalah United Indonesia, didirikan pada tanggal 20 Agustus 2006. 2 Juni 2007 ialah hari United Indonesia Bandung atau MOB diresmikan oleh para pengurus pusat United Indonesia. United Indonesia of Bandung lahir pada tahun 2007, merupakan *chapter* pertama yang dibentuk di Jawa Barat, semenjak berdiri 12 tahun lalu, United Indonesia *Member of Bandung* memiliki kurang lebih 3000 member, yang berasal dari demografi yang beragam dan dengan jumlah anggota yang banyak. Solidaritas sendiri dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah sifat (perasaan) solider, sifat satu rasa (senasib dan sebagainya), perasaan setia kawan dimana antara sesama anggota kelompok sangat diperlukan. Adapun bentuk dari solidaritas dalam kegiatan United Indonesia of Bandung dapat terlihat melalui kegiatan positif yang tercakup diantaranya nonton bareng atau nobar, futsal, *gathering*, *social charity*, dan lain-lain. Kegiatan nonton bareng memang merupakan hal yang biasa dilakukan apabila Manchester United bertanding, rasa kebersamaan dapat terlihat dari angka partisipasi anggota komunitas yang selalu ikut nobar mencapai ratusan setiap bulannya. Dan inilah yang membuat komunitas United Indonesia of Bandung sendiri menjadi menarik, komunitas yang ada di Indonesia dan tidak berada dalam wilayah geografis kota Manchester-Inggris, memiliki ribuan fans yang tersebar diseluruh wilayah Bandung yang tercatat dan teroganisir dengan baik, telah berdiri selama belasan tahun dan dapat terus bertumbuh jumlah anggotanya, memiliki banyak aktivitas yang diikuti dengan ikatan yang tumbuh diantara anggota dengan anggota, mampu terus meregenerasi pengurus dari tahun ketahun dengan baik tanpa adanya konflik, dan hal-hal itulah yang membuat untuk melakukan penelitian terhadap komunitas United Indonesia of Bandung

2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI PENELITIAN

2.1 KOMUNIKASI MASSA

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Pada komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.¹

2.2 KOMUNITAS

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values².

2.3 POLA KOMUNIKASI

Pola komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang di cakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana satu individu menyatakan sesuatu kepada individu yang lain. Komunikasi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari³.

2.4 SIFAT ALIRAN INFORMASI

Aliran informasi adalah sebuah proses dinamik yang dalam proses inilah pesan-pesan secara bertahap dan berkesinambungan diciptakan, ditampilkan, dan diinterpretasikan. Aliran informasi dalam organisasi merupakan salah satu proses penguatan system manajemen yang sangat berpengaruh dalam sebuah organisasi. Aliran informasi suatu keharusan yang perlu dijaga dan dirancang dalam sebuah organisasi untuk membina dan mengembangkan organisasi yang teguh dan terkontrol secara baik

2.5 SOLIDARITAS

masyarakat tradisional maupun masyarakat modern sekalipun tidak memiliki perbedaan dalam hal struktur internal maupun fungsi eksternal, masyarakat tersebut dapat dicirikan oleh berbagai jenis solidaritas kelompok yang ada, baik solidaritas mekanik maupun solidaritas organik. Solidaritas mekanik didasarkan pada suatu kesadaran kolektif bersama yang rata-rata terlihat pada warga masyarakat yang sama dan memperlihatkan suatu totalitas dalam hal kepercayaan, kebudayaan dan sentimen bersama. Sedangkan solidaritas organik terdapat pada masyarakat dengan tingkat pembagian kerja yang lebih kompleks dan menuntut untuk saling berhubungan dan saling tergantung.⁴

2.6 ETNOGRAFI KOMUNIKASI

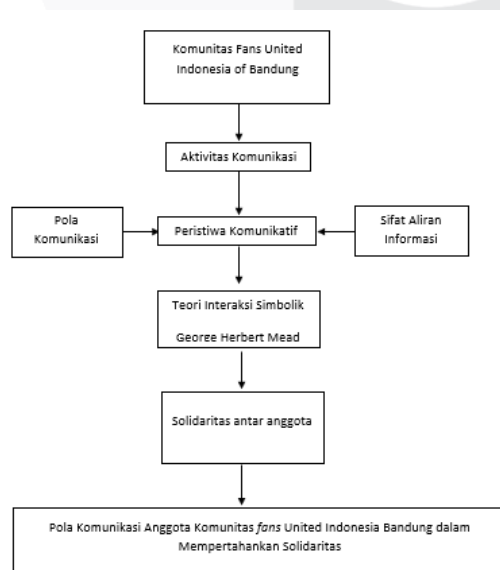
Etnografi komunikasi merupakan pendekatan terhadap sosiolinguistik bahasa, yaitu melihat penggunaan bahasa secara umum dihubungkan dengan nilai-nilai sosial dan kultural. Sehingga menghasilkan deskripsi etnografi mengenai nilai-nilai dan pandangan sikap dan tingkah laku kelompok yang diteliti⁵.

2.7 INTERAKSI SIMBOLIK

Karakteristik dasar ide ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu.

Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan. Realitas sosial merupakan rangkaian peristiwa yang terjadi pada beberapa individu dalam masyarakat. Interaksi yang dilakukan antar individu itu berlangsung secara sadar dan berkaitan dengan gerak tubuh, vokal, suara, dan ekspresi tubuh yang kesemuanya itu mempunyai maksud dan disebut dengan "simbol"⁶.

2.8 KERANGKA PEMIKIRAN



3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi etnografi komunikasi. Karena metode ini dapat menggambarkan, menjelaskan dan membangun hubungan dari kategori-kategori dan data yang ditemukan. Hal ini sesuai dengan tujuan dari studi etnografi komunikasi, yakni untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan perilaku komunikasi dari suatu kelompok sosial.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Komunitas United Indonesia of Bandung sebagai Masyarakat Tutur

Dengan pendekatan etnografi komunikasi, sebuah kelompok yang memiliki kaidah-kaidah ataupun kesamaan bahasa dalam penggunaannya secara berkelompok disebut masyarakat tutur, dan anggota United Indonesia of Bandung komunitas United Indonesia of Bandung memiliki variasi penggunaan bahasa dalam proses komunikasi antar anggotanya. Anggota komunitas biasa menggunakan muatan lokal bahasa daerah dari komunitas ini berasal yaitu Sunda-Jawa Barat. Namun karena United Indonesia of Bandung ini istimewa, United Indonesia tidak hanya membawahi 1 wilayah Bandung kota saja, melainkan se-Bandung Raya, mulai dari Cimahi, Kab. Bandung Barat, Kab. Bandung Timur, dan lain-lain ini membuat masifnya angka anggota komunitas ini dan besarnya anggota selaras dengan beragamnya demografi tiap-tiap anggota, dan untuk mempersatukan demografi yang beragam tersebut United Indonesia menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam bertukar informasi. Tak jarang juga bahasa Inggris digunakan dalam proses komunikasi antar anggota komunitas, karena setelah peneliti temui, sebagian besar lagu-lagu yang digunakan untuk membakar semangat anggota saat situasi nonton bareng adalah bahasa Inggris. Berdasarkan hasil temuan peneliti tersebut, maka United Indonesia dapat disebut sebagai masyarakat tutur.

4.1.2 Peristiwa Komunikatif Komunitas United Indonesia of Bandung

Dalam proses pertukaran pesan antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung tentunya hampir sebagian besar konteks komunikasi antarpribadi yang terjadi, dimana anggota yang satu dengan yang lain saling melakukan coding dan decoding untuk berkirir dan menemukan makna dari sebuah pesan tertentu. Dalam situasi-situasi yang sifatnya langsung, pertukaran pesan verbal dan non-verbal biasa dilakukan antara satu anggota dengan yang lain.

Namun dalam beberapa situasi tertentu, misalnya saat nonton bareng, pasti setiap anggota yang hadir, duduk dengan menggunakan atribut manchester united kemudian melakukan yel-yel bersama, nyatanya tiap anggota sedang melakukan komunikasi kelompok, dimana komunikasi antara satu anggota dengan anggota United Indonesia of Bandung terjadi secara kolektif diantara lebih dari 2 orang mengirim pesan yang sama dan dengan tujuan yang sama. Misalnya dalam menyuarakan yel-yel, tiap-tiap anggota komunitas secara serentak dalam waktu yang sama, tujuan yang sama, lokasi yang sama, mereka secara langsung membentuk sebuah atmosfer layaknya sedang terlibat langsung dalam pertandingan, membentuk dukungan nyata dari yel-yel yang dinyanyikan

Situasi komunikasi kelompok ini biasanya ditemui ketika nonton bareng, tapi ada juga situasi komunikasi kelompok United Indonesia terjadi saat Sahur On The Road, dimana anggota komunitas United Indonesia of Bandung secara bersama-sama melakukan aktivitas sosial ke masyarakat umum, dengan menggunakan atribut United Indonesia of Bandung, menjangkau pengemis dan fakir miskin yang ditemui di jalan pada wilayah Buah Batu hingga jalan Riau Martadinata, Bandung dalam waktu yang sama, tempat yang sama, melakukan bagi makanan sebelum memulai ibadah puasa.

Mizwar senang saat melakukan kegiatan kampanye tersebut.

4.2 Pembahasan

United Indonesia of Bandung, atau juga terkenal dengan MOB (Member of Bandung) merupakan chapter tertua yang ada di Indonesia, berusia 12 tahun hanya berbeda 1 tahun dari induk komunitasnya dan dengan kehadiran United Indonesia of Bandung selama ini tentu menghadirkan banyak keuntungan bagi setiap individu yang mencintai Manchester United, terutama di wilayah regional Bandung.

Dalam kegiatan bersosial, individu biasanya akan berinteraksi satu dengan yang lain, menjalin hubungan atau bahkan membentuk ikatan. Semua proses tersebut dapat terjadi dengan adanya komunikasi, komunikasi menjadi jembatan bagi individu untuk menemukan hal yang bisa jadi sama diantara satu dengan yang lain. Pada bagian ini peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian yang didapat selama dilapangan mengenai Pola Komunikasi antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung dalam mempertahankan solidaritasnya.

lead untuk mempertimbangkan unsur siapa atau pelaku peristiwa karena memiliki nilai berita yang lebih. Pikiran-rakyat.com tidak hanya menggunakan kutipan pernyataan dari Ridwan Kamil tetapi juga menambahkan pernyataan dari Ndah Zubaidah. teks berita yang ditulis oleh jabar.tribunnews.com hanya terdapat pernyataan dari Ridwan Kamil saja. Dalam struktur skrip dapat dilihat bahwa portal berita media online pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com memiliki kelengkapan unsur berita. Dilihat dari foto yang digunakan pikiran-rakyat.com menggunakan foto tersebut untuk membangun respon emosi untuk pembaca sedangkan jabar.tribunnews.com menggunakan foto Ridwan Kamil untuk menunjukkan sosok Ridwan Kamil yang tegas. Secara keseluruhan, pembingkaiian berita yang disajikan oleh pikiran.rakyat.com lebih menunjukkan keberpihakan kepada Calon Kepala Daerah Jawa Barat Ridwan Kamil.

4.2.1 Pola Komunikasi Anggota Komunitas United Indonesia of Bandung

United Indonesia seperti yang diketahui adalah sebuah kelompok yang terdiri dari ribuan individu di dalamnya, dan bagaimanapun mereka terbentuk karena adanya persamaan rasa mencintai atau menyukai sebuah klub sepak bola asal daratan Inggris yakni Manchester United. Individu-individu tersebut berusaha untuk menemukan persamaan satu dengan yang lain untuk kemudian menjadikan persamaan akan kesukaan tersebut menjadi dasar berdirinya komunitas. Dalam hal ini komunikasi yang terbentuk oleh dan dari individu-individu tersebut adalah komunikasi kelompok.

Pada dasarnya, komunikasi kelompok adalah komunikasi yang melibatkan 3 atau lebih orang dalam sebuah ruang lingkup yang sama, yang memiliki rasa kebutuhan satu dengan yang lain, dan hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Effendy (2003:75) yakni komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Kelompok tersebut terbentuk dari sejumlah orang (komunikas) yang berkumpul bersama-sama.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disebutkan pada sub-bab sebelumnya, ada banyak peristiwa komunikasi yang dilakukan oleh anggota komunitas United Indonesia of Bandung. 2 peristiwa komunikasi yang paling sering dilakukan adalah :

Peristiwa Komunikasi Nonton Bareng
Peristiwa Komunikasi Fun Futsal

Peneliti kemudian akan mengidentifikasi ketiga peristiwa komunikasi yang paling sering dilakukan tersebut untuk menemukan komponen pembentuk pola komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung .

1. Peristiwa Komunikasi Nonton Bareng

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, pada tanggal 10 Maret 2019, 17 Maret 2019 dan 30 Maret 2019 di Angkringan Dago Jl. Sulanjana No.5, yang merupakan lokasi kegiatan Nonton Bareng Komunitas United Indonesia of Bandung dilaksanakan dapat diketahui bahwa tipe peristiwa komunikasi ini adalah kegiatan Nonton Bareng. Kegiatan ini dapat diikuti oleh anggota dan non-anggota komunitas United Indonesia of Bandung, yang mana dalam acara nonton bareng tersebut urutan tindakan komunikasi dimulai pada saat setiap penonton yang datang diwajibkan untuk antre sebelum masuk ke dalam lokasi nobar, ada waktu yang ditentukan untuk penonton baru bisa masuk, sementara didalam panitia mempersiapkan perlengkapan mulai dari layar besar, pemasangan bendera atau atribut visual lainnya untuk membuat atmosfer layaknya berada dalam stadion. Pada saat antre, penonton yang datang akan ditanya apakah member atau non-member, maka jika member, penonton yang datang diwajibkan untuk menunjukkan kartu keanggotaan, member akan menerima keuntungan berupa potongan harga masuk yang berbeda dengan anggota, karena setiap anggota telah melakukan pembayaran pendaftaran keanggotaan dari awal, sementara non-member akan dikenakan biaya normal/lebih daripada yang anggota terdaftar.

Pada saat antri tersebut, anggota dan non-anggota berdiri pada barisan yang sama, mendapatkan cap sebagai tanda masuk. Dalam posisi antri, tiap penonton akan baris merapat, dan peneliti menemukan adanya keistimewaan lebih yang dimiliki oleh mantan pengurus, dimana mantan pengurus diizinkan untuk masuk tanpa harus antri. Peneliti melihat keistimewaan tersebut merupakan wujud perasaan terimakasih kepada pengurus pendahulu dan ini tidak mengganggu bagi penonton lain yang antri, dimana mereka tidak ribut atau menjadikan hal tersebut sebagai sebuah masalah.

Kepengurusan United Indonesia of Bandung berlangsung selama 3 tahun, kemudian akan berganti lagi struktur kepengurusannya, dalam masa mendekati pergantian kepengurusan, setiap anggota yang terdaftar, diizinkan untuk mengajukan diri sebagai pengurus selanjutnya dan selanjutnya diproses oleh pengurus yang akan berganti untuk mengikuti masa magang. Dalam masa magang inilah, bakal calon pengurus yang baru akan dibentuk, dididik, diberikan pengetahuan seputar bagaimana berjalannya dan aktivitas kegiatan United Indonesia of Bandung. Bakal calon pengurus baru akan belajar mengurus semua kegiatan yang akan komunitas lakukan dan melalui proses ini juga pengurus sebelumnya menularkan nilai-nilai komunitas yang dimiliki selama beberapa tahun sejak berdirinya komunitas. Berdasarkan proses tersebut dapat dilihat komunitas United Indonesia of Bandung tidak asal dalam melakukan proses regenerasi pengurus, malahan mereka mengambil langkah yang serius layaknya profesional dengan mewajibkan tiap anggota yang mencalonkan diri untuk menjalani proses magang.

Melalui proses magang ini, pengurus yang sedang berjalan dengan pengurus yang akan naik melakukan aktivitas secara bersama-sama, mereka dilibatkan secara langsung dalam hal kepengurusan dan inilah yang menjadikan keistimewaan pengurus United Indonesia of Bandung pada masa berakhirnya kemudian, karena melalui aktivitas yang banyak dilakukan bersama-sama, proses pengenalan antar individu pun semakin meningkat intensitasnya, makan lama lama wajah pengurus akan semakin familiar satu dengan yang lain, maka keistimewaan tersebut dapat terbentuk.

Setelah melewati proses pengecapan atau pemberian tanda oleh pengurus setelah antri tadi, penonton lalu dipersilahkan duduk bebas dimana saja senyamannya, di dalam lokasi nonton bareng tersebut tiap penonton yang baru saja melewati pengurus masuk, akan disambut oleh pengurus lainnya yang memandu untuk menunjukkan lokasi duduk. Baik anggota dan non-anggota, dan pengurus sebelumnya duduk secara menyebar, tidak ada kubu-kubu, semuanya mengisi tempat tempat yang sudah tersedia, tujuannya adalah agar jika nanti melakukan yel-yel saat pertandingan berlangsung, setiap sudut penonton akan terdengar keriuhan mereka, cara cerdas yang dilakukan oleh pengurus dalam membangun ikatan dengan anggota lainnya melalui komunikasi kelompok.

Biasanya pembukaan oleh MC (Master of Ceremony), MC melakukan penyambutan terhadap massa yang hadir, MC melakukan obrolan ringan dengan beberapa penonton yang hadir serta melakukan penayangan video ulasan sebelum pertandingan dimulai dengan tujuan untuk mengilangkan kejenuhan pada massa yang telah hadir, kemudian dilanjutkan oleh sambutan pengurus ketika menjelang pertandingan (kick-off) dimulai, pada urutan tindak komunikasi ini, pengurus memberikan perintah kepada massa yang hadir agar membatasi penggunaan gadget agar tidak mengganggu kelancaran streaming pertandingan, kemudian pengurus mematikan lampu di sekeliling/dalam tempat nonton berlangsung, untuk memberikan kenyamanan pada mata penonton yang hadir agar lebih mudah, fokus menatap layar.

Kemudian setelah pertandingan babak 1 berakhir, pada jeda waktu pergantian babak, MC kemudian melakukan obrolan ringan kembali dengan beberapa penonton yang hadir perihal ulasan pertandingan di babak 1 dan prediksi jalannya pertandingan di babak ke 2, dan MC juga seringkali melakukan games berhadiah souvenir atau merchandise yang berasal dari United Indonesia ataupun sponsor acara nonton bareng tersebut, kemudian ketika kick-off babak ke 2 akan dimulai, pengurus komunitas United Indonesia of Bandung akan kembali mengingatkan soal penggunaan gadget demi kenyamanan streaming di layar besar bersama.

Dalam kegiatan nonton bareng ini, penonton yang hadir tidak akan dibiarkan sunyi senyap oleh pengurus, biasanya pengurus memantik semangat dari penonton yang hadir dengan melakukan aba-aba untuk memulai yel-yel atau lagu nyanyian yang biasa digunakan untuk mendukung klub Manchester United yang sedang ditonton. Komunikasi kelompok pun pada saat itu jadi berlangsung secara serentak dan kolektif dilakukan bersama-sama oleh penonton yang menghadiri lokasi nonton. Melalui peristiwa-

komunikasi yang telah dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwa komunitas United Indonesia of Bandung tidak memiliki pembedaan ketika berlangsungnya acara nonton bareng, semua perlakuan yang diterima baik member dan non-member adalah sama. Kepengurusan United Indonesia of Bandung tidak membeda-bedakan member dan non-member, semua dirangkul, diajak berpartisipasi dalam melakukan games, interaksi dengan MC ataupun pengurus semuanya berjalan dengan apa adanya, tidak ada yang membatasi dan inilah yang menciptakan suasana yang nyaman diantara penonton yang datang, karena ketika acara dilangsungkan semua penonton menerima haknya dengan sama dan adil.

2. Peristiwa Komunikasi Fun Futsal

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, pada tanggal 21 April 2019 di Lapang YPKP Jl. PHH MUSTOFA NO.70, 24 April 2019 dan 8 May 2019 di Kavaleri Futsal Center TSM, dapat diketahui bahwa tipe peristiwa komunikasi ini adalah kegiatan Fun Futsal, merupakan kegiatan periodik yang dilakukan setiap hari Rabu dan Minggu oleh Komunitas United Indonesia of Bandung dengan tujuan silaturahmi diluar kegiatan yang berhubungan dengan Manchester United, sekaligus untuk membangun ikatan dan perkenalan diantara anggota satu dengan yang lain. Kegiatan ini dapat diikuti oleh anggota dan non-anggota komunitas United Indonesia of Bandung, urutan tindak komunikasi yang dilakukan pada kegiatan ini dimulai oleh penonton yang datang ke lokasi dipersilahkan untuk mempersiapkan diri, mulai dari atribut ujung kepala sampai ujung kaki sebelum melakukan permainan futsal, selanjutnya ketika waktunya sewa lapangan dimulai, pengurus yang berada di tengah lapangan untuk kemudian memberikan perintah pada partisipan yang hadir untuk ikut ke tengah lapangan untuk kemudian sebelum memulai kegiatan futsal ini doa bersama dan pengurus juga memimpin pemanasan bersama-sama, kemudian setelah pemanasan berakhir, pengurus melakukan pembagian tim, memecah anggota dan non-anggota yang terdaftar untuk melebur menjadi beberapa tim, kemudian tiap pertandingan dibatasi dengan 10 menit, sampai waktu sewa lapangan berakhir, selanjutnya pengurus melakukan penagihan/penarikan sejumlah uang kepada massa yang hadir untuk uang patungan bersama membayar lapangan.

Komunitas United Indonesia of Bandung, tidak hanya berusaha melakukan pendekatan kepada anggota dan bukan anggotanya melalui acara nonton bareng dan fun futsal, tapi juga dengan berbagai bentuk kegiatan yang lainnya, hal ini mengandung arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberi kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.

United Indonesia of Bandung tidak pernah menutup diri dari non anggota komunitas, malahan dengan aktifnya kegiatan-kegiatan United Indonesia tujuannya adalah menyasar orang-orang baru yang ingin bergabung di komunitas, dengan tujuan untuk menambahkan lagi anggota keluarga baru diantara mereka, karena berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, setiap pada masanya pendaftaran anggota, maka United Indonesia of Bandung langsung berusaha mempromosikan ataupun menawarkan benefit yang bisa diperoleh dengan menjadi anggota komunitas.

Dan uniknya adalah kegiatan pendaftaran anggota harus dilakukan secara offline dengan tujuan komunikasi tatap muka dapat terjadi, dan pengurus komunitas dapat melakukan pendekatan lebih personal, sehingga mau tidak mau terjadi konteks komunikasi antara pengurus dengan calon anggota yang mana memungkinkan untuk dirangkulnya anggota baru kedalam kegiatan komunitas United Indonesia of Bandung.

Komunikasi kelompok yang terjadi diantara anggota komunitas United Indonesia of Bandung adalah kategori komunikasi kelompok pertemuan, yang Menurut Bennis dan Sheperd (dalam Rakhmat, 2011:173), perkembangan proses kelompok terdiri dari dua tahap, yaitu kebergantungan pada otoritas dan kebergantungan satu sama lain. Kebergantungan memang sebuah hal yang berusaha dibangun di komunitas United Indonesia of Bandung, karena dalam urusannya sebuah komunitas, dalam beberapa hal tertentu anggota dipaksa untuk bergantung pada komunitas, misalnya dalam urusan nonton bareng, apabila pengurus memiliki hambatan dalam proses penentuan atau pengurusan lokasi nonton bareng, maka pengurus dapat meniadakan kegiatan nonton bareng, yang mana anggota dalam kegiatan ini tidak memiliki otoritas ataupun kekuasaan terhadap pengurus maka komunikasi kelompok, aktivitas komunikasi kelompok yang mungkin diinginkan oleh individu-individu anggota tidak dapat dilakukan.

Menurut Jasmadi (2008:15) sebuah komunitas memiliki empat ciri utama, yaitu:

1. Adanya keanggotaan didalamnya. Sangat tidak mungkin tanpa anggota didalamnya
2. Saling memengaruhi. Antara anggota komunitas bisa saling memengaruhi satu dengan yg lain
3. Adanya integrasi dan pemenuhan kebutuhan antar anggota
4. Adanya ikatan emosional antar anggota

Adapun United Indonesia of Bandung telah memenuhi 4 ciri utama tersebut, adapun soal masalah keanggotaan diatur setiap tahun, yang mana pendaftaran dan perpanjangan status keanggotaan dilakukan 1 tahun sekali, dan terjadi selama 3 kali 12 bulan sepanjang tahun, komunitas United Indonesia membuka kesempatan bagi anggota baru dan anggota lama untuk mendapatkan hak yang sama dengan kewajiban biaya pendaftaran yang sama juga.

Tentu soal ciri yang kedua, komunitas United Indonesia of Bandung ada hubungan yang saling mempengaruhi, bila dilihat dengan menggunakan kaca mata sederhana, misalnya pada saat kegiatan fun futsal, pada kegiatan fun futsal biaya yang perlu dibayar anggota akan lebih sedikit apabila jumlah partisipan acara fun futsal tersebut makin banyak, nah ini sederhananya, apabila meyangkut perasaan ataupun kegiatan lain misalnya dalam kegiatan nonton bareng, akan ada suara yang kurang karena jumlah partisipan yang datang sedikit, nah hal-hal ini yang dimaksud dengan saling mempengaruhi.

Selain itu deskripsi diatas juga termasuk bagian dari pemenuhan kebutuhan anggota, setiap individu yang mendaftar menjadi anggota tentunya ingin melakukan pengekspresian dirinya melalui kegiatan komunitas, komunitas memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan anggota tersebut, namun anggota juga memiliki tanggung jawab materiil seperti melakukan pendaftaran menjadi bagian keluarga komunitas United Indonesia of Bandung.

McMillian dan Chavis (dalam Kurniasari, 2013:45) menjelaskan empat manfaat dari bergabung dengan kelompok tertentu:

1) Membership, jika bergabung dengan komunitas United Indonesia, tiap individu yang menjadi member akan menjadi bagian kelompok dan akan ada perasaan bangga tersendiri setelah resmi menjadi anggota, selain itu akan banyak benefit yang ditawarkan oleh komunitas terhadap member, seperti merchandise dan kesempatan akan hadiah bulanan lainnya.

2) Infuence, seperti yang sudah dideskripsikan diatas, perasaan saling bergantung dan mempengaruhi satu sama lain akan ada jika bergabung ke dalam sebuah komunitas.

3) Integration and Fulfillment of Need, inilah yang dimaksud dengan pemenuhan kebutuhan, dimana tiap individu yang bergabung akan menjadi lebih dihargai oleh sesama anggota kelompok, karena adanya rasa ketergantungan satu sama lain, dan individu yang bergabung akan menjadi terpuaskan kebutuhan akan komunikasi ekspresinya.

4) Shared Emotional Connections, untuk komunitas United Indonesia of Bandung, ini merupakan hal yang utama, karena banyaknya kegiatan yang berlangsung, diadakan oleh pengurus, akan menciptakan memori-memori tersendiri bagi partisipan, dan akan membentuk pengalaman emosional kolektif, sehingga rasa ketergantungan satu sama lain akan meningkat.

Komunitas, kelompok, yang secara besar terdiri dari banyak individu tentu melakukan proses komunikasi, dan secara umum proses komunikasi yang terjadi di komunitas United Indonesia of Bandung adalah komunikasi langsung, dan proses komunikasi yang terjadi secara berulang-ulang akan membentuk sebuah pola. Pola berarti tatanan atau sistem, sedangkan komunikasi berarti pertukaran pesan, maka pola komunikasi berarti tatanan pertukaran pesan antara individu ke individu ataupun lebih, dan dalam pertukaran pesan tersebut bisa jadi terjadi secara langsung ataupun tidak langsung. Dan perlu diakui bahwa sebuah sistem pertukaran pesan tersebut mampu memberi dampak bagi individu bahkan secara kolektif, pesan yang diberikan akan membentuk atau membangun perasaan tertentu pada komunitas.

Pola komunikasi multi arah yang terjadi antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung, ini yang kemudian membuat akses informasi dan pertukaran pesan menjadi mudah, tidak ada batas yang menghalangi antara pengurus dengan anggota dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan yang peneliti temukan di lapangan, pengurus sama sekali tidak membatasi pesan yang masuk ataupun keluar baik di dalam media sosial United Indonesia of Bandung ataupun di grup LINE komunitas, dengan catatan tidak untuk berjualan.

4.2.2 Analisis sifat aliran informasi

Dalam komunitas United Indonesia of Bandung sendiri, pesan disebarakan secara berurutan kemudian serentak, hal tersebut terlihat dari sesama pengurus berbagi pesan terlebih dahulu dalam grup mereka pribadi, kemudian pesan dari pengurus disebarakan melalui perangkat seperti media sosial ataupun dari mulut ke mulut tapi pesan diketahui terlebih dahulu oleh pengurus.

Namun jika anggota yang saling berkirim pesan, sifat nya langsung serentak, karena anggota dapat secara langsung memberikan pesan tanpa batasan.

Berdasarkan yang peneliti temukan di lapangan, penyebaran informasi secara serentak yang dilakukan oleh pengurus kepada anggota komunitas sangat memberi efek yang signifikan kepada perasaan nyaman dan perasaan aman pada anggota komunitas, mereka tidak perlu ragu untuk ketinggalan informasi, karena penyebaran secara serentak dilakukan langsung melalui twitter, Line, komunikasi langsung, bahkan instagram, jadi segala informasi yang dibutuhkan oleh anggota komunitas telah tersedia di berbagai platform yang ada, selain itu tidak ada anggota yang eksklusif lebih tau dulu perihal informasi yang akan dibagikan.

Lagi soal kesetaraan yang dibudayakan oleh komunitas United Indonesia of Bandung dapat dilihat bentuk dan manfaatnya, alhasil setiap anggota mempercayai komunitas itu sendiri karena terjamin tidak akan tertinggal informasi.

4.2.3 Interaksi simbolik dan solidaritas antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (Mind) mengenai diri (Self), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (Society) dimana individu tersebut menetap.

Seperti yang dicatat oleh Douglas (1970) dalam Ardianto (2007: 136), makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

Dalam penelitian ini, teori interaksi simbolik lebih menekankan pada Masyarakat (Society), yang merupakan jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Tindakan tersebut saling berkaitan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan "tindakan bersama". Sebagian besar "tindakan bersama" tersebut dilakukan berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Kemudian di saat lain ia melahirkan kebudayaan.

Deskripsi tersebut sesuai dengan proses pembentukan ikatan solidaritas antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung, dimana pola komunikasi membentuk jaringan hubungan sosial yang tercipta ditengah komunitas, pola komunikasi serta hubungan yang terjadi secara berulang-ulang dalam intensitas yang konsisten selama berbulan bulan bahkan bertahun-tahun melahirkan kebudayaan, budaya yang dimaksud adalah budaya kerjasama dan gotong royong yang merupakan bagian dari solidaritas sosial, kemudian tiap-tiap anggota memiliki peranan dalam komunitas itu sendiri, setiap anggota memiliki pengaruh dan keaktifan komunitas telah berhasil membentuk makna solidier bagi setiap anggota yang merupakan bagian dari komunitas United Indonesia of Bandung.

Berikut ini adalah bentuk solidaritas yang peneliti temukan pada komunitas United Indonesia of Bandung, setiap anggota komunitas united Indonesia secara sukarela sering melakukan kerjasama, dalam banyak bentuk kegiatan yang dilakukan, mulai dari kepedulian terhadap anggota yang sakit dalam bentuk mengumpulkan dana bantuan, atau melalui kegiatan cari temen nobar, yang mana tiap anggota dapat membangun relasi dengan sesama anggota untuk pergi bareng ke tempat nonton bareng. Selain itu dalam wujud partisipasi dan kerukunan anggota, hingga 12 tahun telah berdirinya komunitas ini tidak pernah ada masalah antar sesama anggota, bahkan ke komunitas fans lawan, kerukunan yang mencakup gotong royong dan tolong menolong. Kerjasama dalam bentuk Kooptasi, yaitu proses suatu proses penerimaan unsur-unsur baru dalam kepemimpinan dalam suatu organisasi. Tidak ada pernah terjadi keributan dalam pengangkatan ketua ataupun pengurus baru. Unsur seperasaan mengakibatkan anggota komunitas menyebut dirinya sebagai bagian dari komunitas. Setiap anggota suatu komunitas merasakan adanya

ketergantungan terhadap komunitasnya, baik secara material maupun spiritual. Sehingga antar anggota kelompok terjadi hubungan saling memerlukan.

5. Kesimpulan

1. Dari data hasil penelitian dapat diketahui bahwa pola komunikasi yang terjadi di antar anggota United Indonesia of Bandung adalah komunikasi multiarah yang dimana setiap anggota dapat menerima dan membalas pesan secara bebas dan langsung baik diantara sesama anggota ataupun dari pengurus komunitas United Indonesia of Bandung.

2. Dalam komunitas United Indonesia of Bandung sendiri, pesan disebarkan secara berurutan kemudian serentak, hal tersebut terlihat dari sesama pengurus berbagi pesan tersebut terlebih dahulu, kemudian pesan dari pengurus disebarkan melalui perangkat seperti media sosial ataupun dari mulut ke mulut tapi pesan diketahui terlebih dahulu oleh pengurus. Namun jika anggota yang saling berkirim pesan, sifatnya langsung serentak, karena anggota dapat secara langsung memberikan pesan tanpa batasan.

3. Aktivitas komunikasi yang dilakukan terus menerus kemudian membentuk jaringan hubungan sosial yang tercipta ditengah komunitas, dalam tatanan masyarakat (society) proses pembentukan ikatan solidaritas antar anggota komunitas United Indonesia of Bandung terjadi secara berulang-ulang dalam intensitas yang konsisten selama berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun, solidaritas yang timbul melalui bentuk kerjasama dan gotong royong, membentuk rasa sepekerjaan dan saling memerlukan satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- ¹Burgoon, Michael, et.al. (2009). *Human Communication, A Revision of Approaching Speech/Communication*. NewYork.
- ²Iriantara, Yosol. (2007). *Manajemen strategis public relation*. Bandung: Gahlia Indonesia.
- ³Effendi, Onong Uchjana, (2000). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- ⁴Anwar dan Adang. (2008). *Pengantar Sosiologi Hukum*. Jakarta: Grasindo
- ^{5,7}Kuswarno, Engkus. 2011. *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- ⁶Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Soisal Media Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group