

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola bisa dibilang merupakan cabang olahraga paling populer sekarang, hampir setiap orang baik yang bisa bermain sepak bola maupun yang tidak sangat menyukai sepak bola. Pernyataan tersebut barangkali tidak terbantahkan, bahkan rasanya tidak diperlukan sebuah penelitian ilmiah untuk mendapatkan pengesahan atas pernyataan tersebut. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Federation Internationale de Football Association* (FIFA) pada tahun 2001 dalam situs *most-popular.net* (2006) menyatakan bahwa sepakbola adalah olahraga paling populer dimainkan. Dalam survey tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 240 juta orang memainkan olahraga sepakbola lebih di dari 200 negara. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya setiap Sekolah Sepak Bola (SSB) di berbagai daerah dari SSB lokal hingga berkelas internasional. Karakteristik olahraga ini sangat sederhana dan dapat dengan mudah dipahami oleh setiap orang.

Sekarang ini terdapat liga sepakbola di setiap negara yang terdaftar sebagai anggota FIFA. Namun liga yang terkenal sebagai liga paling kompetitif atau bisa dibilang paling ramai persaingannya dan paling banyak memiliki penggemar di seluruh dunia adalah *English Premiere League* atau Liga Inggris. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa fakta, misalnya ketatnya papan atas liga inggris. Dalam lima tahun terakhir juara di liga Inggris diraih oleh 4 tim berbeda. Hal tersebut tentu sudah mampu menunjukkan bahwa persaingan antar klub peserta liga Inggris sangat ketat.

Fakta yang kedua bahwa klub-klub di liga Inggris memiliki paling banyak penggemar diseluruh dunia. Hal tersebut ditunjukkan dengan populernya klub liga Inggris di media sosial. Dilansir dari *101GreatGoals.com* situs resmi milik klub Manchester United menjadi yang paling sering dikunjungi sebanyak 8,6 juta pengunjung setiap bulannya. Selain itu dalam posisi kedua dan ketiga pun juga ditempati oleh klub liga Inggris, yaitu Arsenal dan Liverpool. Dalam 20 besar dari daftar tersebut, klub liga Inggris menempatkan wakil terbanyak dari liga lainnya yaitu dengan 7 klub. Klub-klub tersebut situs resminya paling sering dikunjungi dalam waktu satu bulan.

Indonesia sendiri menjadi tempat fans terbanyak bagi klub liga Inggris. Dalam *SocialBakers.com* Manchester United, Manchester City, Chelsea, Arsenal, dan Liverpool pengikut sosial media terbanyaknya berasal dari negara Indonesia. Bahkan lebih banyak dari pengikut sosial media yang berasal dari negara Inggris sendiri. Fansbase klub liga Inggris di Indonesia pun sudah memiliki sangat banyak anggota. Setiap klub di atas contohnya Red Army Indonesia, Indo Man United, Arsenal Indonesia Suporters, TheRedsIndo, CISC, dan Man City Indonesia. Setiap fansbase tersebut selalu mengadakan nonton bareng atau disingkat nobar di setiap pertandingan klub kesayangan mereka. Hampir setiap fansbase melakukan kerjasama dengan pihak pemilik lokasi untuk mengadakan kegiatan nonton bareng.

Di Surabaya sendiri hampir setiap fansbase telah menjalin kerjasama dengan pemilik tempat nobar, mulai dari sekedar cafe biasa hingga lounge hotel, radio ternama di surabaya telah menjadi lokasi nonton bareng (venue) fansbase di surabaya (surabayatourism.id).

Tabel 1.1 nama fansclub dan lokasi nonton bareng

| No. | Nama Fansclub | Lokasi Nonton Bareng |
|-----|------------------|----------------------|
| 1. | United Surabaya | Gunoz Cafe |
| 2. | Gooners Surabaya | M Radio |
| 3. | CISC Surabaya | Ijen Cafe |
| 4. | MCSCI Surabaya | M Radio |
| 5. | BigReds Surabaya | Dejavu Cafe |

Sumber : Sosial media fansclub

Permintaan kerjasama setiap fansbase dengan pihak venue berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saat pelaksanaan kegiatan. Hal ini merupakan peluang bagi pihak venue untuk mengetahui perilaku konsumen fansclub tersebut. Hasil pengamatan ini dapat digunakan sebagai database untuk menentukan sebuah inovasi, program, dan lain-lain.

Di Surabaya sendiri klub yang memiliki jumlah anggota fansclub terbanyak adalah Manchester United, Chelsea, Manchester City, Liverpool dan Arsenal. Jika kelima tim di atas saling bertemu dalam pertandingan maka dapat dipastikan antusiasme penonton dalam nonton bareng akan sangat ramai. Setiap fansclub sebagai penyelenggara kegiatan nonton bareng memiliki karakteristik yang berbeda. Jenis

kerjasama dengan pihak venue nobar pun berbeda setiap fansbase. Apakah kelima tim dari fansclub tersebut saling bertanding atau tidak. Hal tersebut tentu membuat pihak venue nobar untuk memenuhi keinginan fansclub agar tetap bekerjasama dan menguntungkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ardilla Septria Purnama pada tahun 2010, faktor yang mendorong penonton untuk mengikuti kegiatan nonton bareng di kafe kota Padang ada tiga faktor. Faktor tersebut yaitu berkumpul dengan teman sesama fansclub. Menonton pertandingan lebih seru dan bebas berekspresi. Adanya hadiah yang diberikan oleh pihak penyelenggara. Sedangkan konsekuensi yang timbul ada tiga faktor. Ketiga faktor tersebut adalah mengganggu aktifitas siang hari, konflik dengan teman, dan konflik dengan pasangan.

Selama ini kerjasama yang dilakukan berbeda tergantung dari lawan klub tersebut. Jika lawannya adalah tim yang besar maka kegiatan nobar yang diadakan akan lebih meriah, banyak variasi hiburan dan di tempat yang besar dan megah. Sedangkan jika hanya melawan tim biasa maka kegiatan nobar biasanya akan diadakan di venue basecamp mereka biasanya dan acara nobar yang diselenggarakan biasa saja tidak terlalu meriah seperti pertandingan *big match*.

Masalah yang sering terjadi juga selama ini adalah fansclub sering berpindah-pindah tempat saat akan mengadakan kegiatan nonton bareng atau lokasi fansbase mereka. Hal tersebut tentu saja membuat para anggota fansclub dan peserta kegiatan acara nonton bareng menjadi kebingungan. Dimana lokasi akan diadakan acara nonton bareng tersebut.

Penelitian ini sangat bermanfaat tidak hanya untuk fansclub dan pihak pemilik venue nobar, tetapi juga bermanfaat untuk peserta kegiatan nonton bareng. Tujuan penelitian ini adalah untuk pihak fansclub adalah mereka mampu meminimalisir berpindah-pindah fansbase agar tidak menyebabkan kebingungan bagi peserta kegiatan nobar. Manfaat untuk pihak venue adalah mengetahui secara pasti sebenarnya apa yang diinginkan oleh pihak fansclub dalam mengadakan kegiatan nonton bareng, lalu dapat juga mengetahui strategi seperti apa untuk mampu memenuhi keinginan dari fansclub dan menyiapkan segala aspek untuk mampu memenuhi keinginan dari fansclub. Dengan fansclub tidak berpindah-pindah lokasi kegiatan nobar maka hal tersebut juga bermanfaat bagi peserta kegiatan nonton bareng yaitu tidak kebingungan lagi masalah lokasi kegiatan nonton bareng yang akan dilaksanakan oleh sebuah fansclub.

1.2 Rumusan Masalah

Sepakbola merupakan sepak bola yang sudah menjadi olahraga nomer satu di dunia. Hal itu menyebabkan banyak munculnya fansclub terutama di kota Surabaya yang mempunyai anggota sangat banyak. Namun yang menjadi permasalahan fansclub sering berpindah-pindah lokasi nonton bareng. Sehingga, menyebabkan kebingungan di anggota fansclub dalam datang ke acara nonton bareng. Hal tersebut menjadi sebuah permasalahan kenapa sebuah fansclub tidak pernah mempunyai lokasi yang tetap.

Berdasarkan pemaparan di atas maka penelitian ini difokuskan kepada pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana perilaku fansclub dalam menentukan *venue* kegiatan nonton bareng di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana perilaku fansclub dalam menentukan *venue* kegiatan nonton bareng di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dalam beberapa klasifikasi, baik bagi penulis dan pemilik usaha.

Bagi penulis, kajian seperti ini akan sangat berarti untuk menyelesaikan syarat lulus studi di Universitas Internasional Semen Indonesia,

Bagi pemilik usaha, kajian ini sangat berguna untuk menjadi database dan bisa menjadi acuan untuk menentukan strategi usaha yang akan dilakukan selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalahan terhadap permasalahan yang ada didalam penelitian ini, maka dibuatlah batasan-batasan masalah yang akan dibahas yaitu sebagai berikut :

1. Fansbase lima tim terbesar Liga Inggris.
2. Fansbase hanya di kota Surabaya.
3. Kegiatan nonton bareng yang dilaksanakan pada saat musim kompetisi 2017-2018.

