

**Program Sarasehan PSIS Semarang dalam Membina Hubungan Baik dan Etika
Dukungan Supporter**

Ade Irma Safitri Widyasari, Yanuar Luqman

adeirmasw@students.undip.ac.id

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Football is the most popular sport in Indonesia, as many as 77 percent of Indonesian people love football. Indonesia has a football competition with various rules and clubs in it. Mostly rules are violated by supporters of clubs registered as participants in competitions. PSIS Semarang is one of the football clubs in Indonesia and is subject to the competition rules set by PSSI. How does PSIS Semarang communicate to supporters regarding the rules set in the competition?

The research design used is a qualitative type of research with a descriptive type. The author aims to make a systematic, factual and accurate picture or painting of the facts, properties and relationships between the phenomena possessed. Information gathering was carried out through the Interviewed Process to 2 groups of PSIS supporters and PSIS Management.

The results showed that the communication process carried out in this workshop program was in a 2-way manner with face-to-face between management and supporter groups, where for the first time the management conveyed regulations related to supporters, the youth of conveying the aspirations of the supporter group, then continued with question and answer. In this workshop program, communication is carried out in a relaxed, informal but still serious manner.

Keywords: Workshop Program, Club management, Supporter Group

ABSTRAK

Sepakbola merupakan olahraga terpopuler di Indonesia, sebanyak 77 persen rakyat Indonesia cinta sepakbola. Indonesia sendiri memiliki kompetisi sepak bola dengan berbagai macam aturan dan klub di dalamnya. Seringkali aturan yang telah ditetapkan dilanggar oleh supporter dari klub yang terdaftar sebagai peserta kompetisi. PSIS Semarang merupakan salah satu klub sepak bola di Indonesia dan tunduk terhadap aturan kompetisi yang ditetapkan oleh PSSI. Bagaimanakah PSIS Semarang menjalin komunikasi kepada supporter terkait aturan yang ditetapkan dalam kompetisi yang berjalan?

Design penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Penulis bertujuan untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang dimiliki. Penghimpunan informasi dilakukan melalui PROSES wawancara kepada 2 kelompok supporter PSIS dan Management PSIS.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan dalam program sarasehan ini adalah secara 2 arah dengan tatap muka langsung atau *face to face* antara management dan kelompok supporter, dimana untuk pertama dari management menyampaikan regulasi yang berkaitan dengan supporter, kemudian penyampaian aspirasi-aspirasi dari kelompok supporter, kemudian dilanjutkan dengan Tanya jawab. Dalam program sarasehan ini komunikasi dilakukan secara santai, tidak formal tetapi tetap serius.

Kata Kunci: Program Sarasehan, Management klub, Kelompok Supporter

PENDAHULUAN

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.

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

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). Supporternya 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.

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.

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.

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.

Kerangka Teori

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas “socially meaningfull 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.

Manajemen 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.

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).

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.

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 sosial lebih menekankan pada kewajiban, sikap, dan perilaku sebagai anggota masyarakat dan tanggung jawab terhadap lingkungannya.

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).

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, dan pengurus supporter Panser biru dan SneX.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara wawancara bertahap. Wawancara bertahap ini dilakukan secara bebas dan juga mendalam (In-depth), 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)

Hasil dan Pembahasan

Program sarasehan PSIS Semarang sendiri ini dilakukan untuk membina hubungan baik antara management PSIS Semarang dan juga supporter, selain itu sarasehan ini dilakukan untuk mendengarkan pendapat, kritik, dan saran dari supporter. Program sarasehan adalah wadah untuk bertemunya management PSIS Semarang dan juga supporter. Hal ini merupakan salah satu cara mereka untuk berkomunikasi dan evaluasi dalam mencapai tujuan dan target bersama.

Program sarasehan ini, adalah wadah komunikasi management terhadap supporter, sehingga diharapkan akan

tetap terjalin hubungan baik antara keduanya melalui program sarasehan ini, karena didalamnya komunikasi dua arah terjadi, komunikasi management ke supporter dan supporter ke management.

Program sarasehan membuka ruang untuk berkomunikasi antara keduanya sehingga diharapkan dapat meminimalisir miss komunikasi antara keduanya, karena baik management ataupun kelompok supporter sama sama memiliki klub kebanggaan mereka, tanpa supporter management dalam mengelola klub tidak akan maksimal, dan tanpa management klub tidak akan berjalan, sehingga antara keduanya memiliki kepentingan dan benefit, tanpa adanya komunikasi 2 arah antara mereka tujuan tidak mungkin akan berjalan.

Pelaksanaan program sarasehan sendiri dilakukan secara rutin dalam 4 waktu, pra musim, awal musim, tengah musim, dan akhir musim, namun disamping itu dari supporter tidak menutup kemungkinan sarasehan dilakukan diluar jadwal tersebut atas alasan kondisi mendesak, seperti saat klub masih melenceng dari hasil yang diharapkan. Kelompok supporter yang merasa bahwa hasil dari kinerja klub dan management yang masih belum sesuai yang diharapkan, mereka mendesak management PSIS Semarang untuk membuka ruang agar diselenggarakan

program sarasehan, karena sudah banyak aksi dari supporter yang menuntut management untuk berbenah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan study kasus dimana penelitian ini terfokus pada suatu kasus tertentu yaitu program sarasehan itu sendiri. Studi kasus berfokus pada pengembangan deskripsi tentang proses komunikasi dalam program sarasehan psis semarang dalam membina hubungan baik dan membina etika dukungan supporter. Dibawah ini merupakan proses analisis dari hasil temuan program sarasehan PSIS Semarang untuk dikaitkan dengan teori management hubungan.

Proses Program Sarasehan PSIS Semarang dalam membina hubungan baik dan membina Erika dukungan supporter

Program sarasehan PSIS Semarang merupakan program dari humas PSIS Semarang, program ini dirancang untuk membuka komunikasi dua arah antara management dan juga kelompok supporter. Program ini tidak hanya untuk mempertemukan keduanya, namun juga agar meminimalisir adanya hal-hal yang tidak diinginkan dari management ke supporter, dan supporter ke management, melihat ada banyak hal hal penting yang mendasari dilaksanakannya program

sarasehan ini, seperti adanya amanah dari PSSI agar management klub menyampaikan aturan supporter selama liga berlangsung, adanya hal hal yang ingin disampaikan oleh supporter kepada management, sehingga tetap terjalin hubungan baik antara keduanya, dan management dapat menjalankan peran dalam membina etika dukungan supporter seperti yang telah ada dalam peraturan PSSI.

Program sarasehan ini dilaksanakan antara management dengan kelompok supporter snex dan dalam beda waktu dilaksanakan antara management dan kelompok supporter panser biru. Sarasehan dilaksanakan dalam 4 waktu selama satu musim, yaitu pra musim, awal musim, tengah musim, dan akhir musim, dan juga bias diadakan jika ada suatu kondisi yang mendesak.

Berdasarkan informan 1 menyatakan Sarasehan biasa lakukan bahkan agenda itu menjadi agenda rutin yang dilaksanakan biasanya kita adakan sebelum kompetisi mulai, kompetisi mulai, pertrngahan, sama di akhir. Sebelum kompetisi mulai, jadi setelah menejer meeting dari PT Liga. Itu agenda rutin, itu awal musim atau tidak menutup kemungkinan diadakan pertemuan supporter manakala ada kejadian yang dianggap perlu melibatkan supporter

Berdasarkan informan 2 menyatakan biasanya pra musim, awal liga sama pertengahan musim, dan akhir musim, jadi kalau kita pramusim itu sebelum liga di mulai itu terkait kita pengennya pemain seperti apa untuk menambal kekurangan tim, suporter kasih masukan, saran, bagian mana yang butuh untuk pemain baru, kemudian terkait evaluasi musim sebelumnya.

Berbeda dengan informasi dari informan 3, berdasarkan informasi yang diberikan oleh informan 3 menyatakan bahwa program Sarasehan dilaksanakan biasanya sebelum liga mulai sama pertengahan musim.

Program sarasehan dilakukan secara rutin, agar terjadi komunikasi dan hubungan yang baik diantara management dan juga kelompok supporter. Program ini dilaukan demi meminimalisir terjadinya miss komunikasi, dan agar dapat berkoordinasi dengan baik sebelum liga berlangsung, bisa saling mengevaluasi satu sama lain, agar tidak terjadi keruigian antara satu sama lain, dan demi tercapainya tujuan bersama

Berdasarkan infromasi yang diperoleh dari informan 1 menyatakan bahwa tujuan dari program sarasehan adalah untuk bersilatuhrahmi, antara management dan kelompok supporter, untuk mensosialisasikan aturan dari PSSI yang

berkaitan dengan supporter, membahasagar tetap bisa bersama sama menjaga klub.

Berdasarkan informan 2 menyatakan bahwa tujuan dari program sarasehan adalah untuk berkomunikasi agar terjadi keselarasan antara management dan supporter, karena satu sama lain memiliki hubungan keterikatan dan saling membutuhkan.

Berdasarkan informan 3 menyatakan bahwa tujuan dari program sarasehan adalah untuk berkomunikasi dan agar terjadi sinergisitas antara management dan supporter.

Kegiatan sarasehan dilakukan oleh management PSIS Semarang guna untuk mengkomunikasikan aspirasi aspirasi dari kelompok supporter, baik itu dari snex ataupun panser biru. Aspirasi kelompok supporter yang biasa menjadi pokok perbincangan dalam sarasehan seperti, usulan homebase , regulasi liga terutama yang berkaitan dengan supporter, kemudian informan satu menyampaikan bahwa terkait jersey klub, management juga menyampaikan dan meminta pendapat kepada supporter, menyampaikan terkait pelaksanaan liga, dan saling memberikan masukan. Informan dua juga menyampaikan hal yang sama, dalam sarasehan membahas teknik-teknik dalam

liga, pembentukan tim, target tim, dan management menyampaikan apa yang seharusnya supporter lakukan. Informan tiga sendiri menyatakan bahwa dalam sarasehan tersebut juga terdapat pembahasan terkait pembentukan tim.

Berdasarkan uraian diatas, program sarasehan ini dilakukan secara rutin dan berkesinambungan, dengan demikian dengan diadakanya pertemuan yang rutin, maka komunikasi akan tetap terjaga, antara management dan supporter bisa saling memahami, dan hubungan tetap terjalin dengan baik. Pembahasan dalam sarasehan pun berkaitan dengan pembentukan tim, target tim, ini berarti management mengajak supporter untuk turut peduli dengan tim yaitu dengan cara memberikan masukan kepada management terkait tim, dan juga management menyampaikan regulasi dari PSSI agar ditaati, tidak melanggar, dan tidak terjadi kerugian kerugian yang tidak diinginkan, dari sini terlihat management telah mengupayakan kegiatan agar terjalin komunikasi yang baik antara management dan supporter, melibatkan supporter dalam mencapai target tim.

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)

Komunikasi yang dilakukan didalam program sarasehan adalah dengan management menyampaikan materi yang berkaitan dengan liga dan supporter, seperti peraturan komdis PSSI selama liga berlangsung, kemudian mendengarkan aspirasi supporter, dilanjutkan dengan Tanya jawab, dan berdiskusi.

Dalam program Sarasehan yang dilakukan oleh manajemen PSIS, ada beberapa pihak yang terlibat. Diantaranyanya kedua kubu dari supporter, pihak dari management. Dari pihak supporter sendiri dihadiri oleh ketua, dan perwakilan dari masing masing korwil 1-3 orang, kemudian dari pihak management sendiri dihadiri oleh CEO, Manager, dan Media Officer. Untuk mekanisme kegiatannya pun, dari management PSSI ada hal yang harus disampaikan kepada supporter maa dari itu management mengundang untuk diadakanya sarasehan, namun berdasarkan informan dua mengatakan jika ada keadaan yang mendesak supporter dapat meminta management untuk melakukan sarasehan, seperti halnya ada pertengahan putaran pertama liga 2020 ini, keadaan dianggap mendesa oleh supporter karena

melihat hasil performa PSIS Semarang yang kurang memuaskan, Panser Biru membuat surat terbuka untuk management meminta agar dilaksanakan sarasehan dengan supporter.

Proses komunikasi dalam sarasehan dilakukan secara komunikasi 2 arah, dimana, tentu dari management sendiri membuka dengan apa yang ingin mereka sampaikan, seperti peraturan, target tim, pembentukan tim. Kemudian menurut informan 2 dalam sarasehan sendiri setelah penyampaian materi dari management penyampaian aspirasi dari supporter. Menurut informan 2 agar tetap terjalin hubungan yang baik, komunikasi yang dilakukan santai dan tidak formal tetapi pembahasan tetap serius.

Dengan beberapa pokok bahasan yang ada dalam sarasehan, diharapkan tujuan dari organisasi sendiri bisa tercapai, seperti tujuan dari program sarasehan yang tercapai, karena satu sama lain telah merasakan benefit dari diadakannya sarasehan, jarang terjadi miss komunikasi, saling mendengar, dan saling perhatian, dengan dibuka kan wadah komunikasi ini bisa supporter merasa dekat dengan management dan merasa lebih memiliki klub, yaitu dengan saling menjaga.

Hal ini selaras dengan apa yang dijelaskan dalam teori management hubungan, dalam

teori management hubungan mengacu hubungan humas dengan publiknya, dimana teori ini konsisten pada gagasan kegiatan humas harus menghasilkan pemahaman dan mutualisme bagi organisasi sendiri ataupun publiknya, karena pada kenyataannya, antara management dan supporter merasa diuntungkan dengan dibukanya wadah komunikasi ini.

Heath dalam Ardianto mengatakan bahwa dalam pengelolaan organisasi hubungan publik (managing organization-publicrelationship) (Ardianto, 2011:119-120).

PR memiliki prinsip-prinsip dimana beberapa prinsip tersebut sesuai dengan apa yang ada didalam program sarasehan yang dilakukan oleh management PSIS Semarang dengan kelompok supporter:

(a) keberhasilan hubungan melibatkan kedua belah pihak, organisasi, dan interaksi publik; hal ini tercermin dalam kegiatan sarasehan tersebut management PSIS Semarang telah melakukan komunikasi dengan publiknya yaitu kelompok supporter.

(b) hubungan didorong oleh kebutuhan dan keinginan organisasi serta publik; hal ini selaras dengan adanya kebutuhan untuk saling berkomunikasi satu sama lain, ada yang disampaikan

management kepada supporter, dan nada yang disampaikan supporter kepada management, hal ini sama-sama didasari oleh keinginan, klub PSIS bias berjalan sesuai target yang diinginkan.

(c) manajemen organisasi hubungan publik berfungsi untuk meningkatkan pemahaman dan manfaat bagi organisasi dan publiknya; Dengan diadakannya program sarasehan, management dapat menyampaikan peraturan dari komdis PSSI kepada supporter agar supporter paham dan dapat menaati peraturan tersebut, dengan hubungan baik ini, dan juga terkait pemahaman akan kesepakatan bersama.

(d) keberhasilan organisasi hubungan publik diukur oleh kualitas hubungan daripada produksi pesan dan penyebaran pesan;

(e) komunikasi adalah alat strategi dalam mengelola hubungan; dengan program sarasehan ini sebagai alat agar hubungan baik antara management dengan supporter tetap terjalin dengan baik.

Penelitian ini sesuai dengan apa yang ada dalam buku (Kusumastuti, 2004, 22-24) Firda Kusumawati yang menjelaskan mengenai fungsi public relation, dimana hal ini sesuai dengan apa yang peneliti temukan di lapangan mengenai program sarasehan PSIS Semarang, adapun hal

yang sesuai dari penelitian dengan teori yang ada adalah :

1. Sebagai alat penunjang kegiatan untuk mencapai tujuan, hal ini sesuai karena program sarasehan dibentuk agar terjalin keselarasan atau hubungan baik antara management dan supporter dapat terjalin, dan juga peran management dalam membina etika dukungan supporter dapat dijalankan, sehingga dengan adanya program sarasehan ini tujuan dari PSIS Semarang untuk menjalin hubungan baik dan membina etika dukungan supporter dapat berjalan.

2. Menciptakan komunikasi secara timbal balik atau dua arah, hal ini sesuai karena dengan program sarasehan ini dapat menciptakan komunikasi secara dua arah dari management dan supporter, dengan terbentuknya komunikasi dua arah ini, informasi dari PSIS Semarang dapat jelaskan kepada supporter, begitu pula pendapat atau opini dari supporter dapat disampaikan kepada management, melalui program sarasehan ini.

3. Menjalinkan hubungan yang harmonis dan baik antara organisasi dan publik, dengan adanya program sarasehan ini PSIS Semarang dapat menjalin hubungan baik dengan supporter, begitu pula sebaliknya, karena dengan komunikasi yang baik maka akan terjalin hubungan yang baik.

Peneliti menemukan kesesuaian dari apa yang ada dilapangan dengan apa yang ada pada teori, seperti apa yang menjadi tujuan dari hubungan masyarakat antara lain :

1. Fungsi public relation adalah merubah publik dari yang tidak tahu menjadi, hal ini sesuai dengan program sarasehan PSIS Semarang karena dalam program ini management mengadakan sosialisasi mengenai regulasi yang telah dibuat oleh PSSI tentang supporter, sehingga hal ini bersifat edukasi, memberitahu kepada supporter mengenai regulasi, sehingga diharapkan supporter menjadi tahu dan paham hingga dapat mentaatinya.

Merubah yang apatis menjadi peduli, sesuai dengan yang telah dijelaskan oleh jke tiga informan, program sarasehan ini merupakan sebuah wadah untuk mereka berkomunikasi, sehingga dengan dibukakanya wadah untuk berkomunikasi ini, antara suporter dan management dapat saling peduli yaitu dengan cara saling evaluasi satu sama lain, dan saling memberikan kritikan dan masukan.

Merubah dari yang berprasangka menjadu menerima, sesuai dari apa yang peneliti

temukan, dengan adanya program sarasehan ini, anantara management dengan supporter bisa saling terbuka, seperti contoh dalam hal sponsorship dan lain lain, dengan sikap saling terbuka ini supporter bisa lebih menerima dan mengurangi prasangka dengan management, karena melalui proram sarasehan ini, apa ang menjadi prasangka telah dibahas sehingga, supporter dapat menerima, dengan adanya program ini protes protes diluar karena prasangka terhadap management sudah berkurang.

2. Fungsi public relation adalah mempertemukan kepentingan

Program sarasehan ini mempertemukan kepentingan supporter dan kepentingan management, dimana kedua kepentingan ini saling dipertemukan sehingga dapat menimbulkan pemahaman satu sama lain, dengan program sarasehan ini kepentingan dari management disampaikan, seperti kepentingan agar hasil dari Tim PSIS Semarnag bisa bagus, dan juga kepentingsn bisnis management, karena dalam membawa PSIS Semarang agar mendapatkan hasil yang bagus membutuhkan supporter juga, begitu pula terkait kepentingan bisnis management juga membutuhkan supporter, seperti dengan supporter yang besar akan mendatangkan sponsorship yang besar pula, supporter sebagai pasar management

untuk menjual merchandise PSIS Semarang, antusias dari supporter yang datang ke stadion akan memberikan nilai plus untuk bisnis management. Supporter memiliki kepentingan dalam memperjuangkan hasil yang bagus dari tim kebanggaan mereka, sehingga melalui program sarasehan ini, apa yang menjadi kepentingan mereka dalam mendukung tim dapat disampaikan kepada management, agar bisa sesuai dari target.

3. Mengevaluasi kegiatan yang berkaitan dengan khalayaknya, dengan adanya program sarasehan ini, management dapat mengetahui apa saja yang harus mereka susun dalam mencapai target, mana kegiatan yang harus diperbaiki, dan mana program yang harus dihilangkan, karena dalam menentukan kegiatan ini membutuhkan masukan dan kesepakatan bersama antara management dan juga supporter.

Peran Manajemen PSIS Dalam Membina Etika Supporter

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan bahwa yang berkewajiban menyampaikan aturan komdis tersebut adalah management dari masing masing klub peserta liga, dimana peraturan tersebut harus disosialisasikan kepada supporter agar dapat ditaati. Pembinaan supporter merupakan

sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh management karena, dengan pembinaan supporter yang baik maka akan memberikan keuntungan kepada management itu sendiri, seperti penjualan tiket yang tinggi, penjualan merchandise yang tinggi, sponsorship, dukungan supporter yang dapat membangkitkan semangat pemain ketika bertanding, dan bila mana ketentuan itu dilanggar maka akan merugikan tim itu sendiri, seperti denda, larangan pertandingan tanpa penonton, dan sanksi-sanksi lainnya, oleh sebab itu pembinaan etika dukungan haruslah dilakukan secara langsung guna menghindarkan klub dari resiko kerugian akibat pelanggaran yang dilakukan pendukungnya.

Pembinaan etika dukungan dari management ke supporter ini juga dilakukan melalui program sarasehan, melalui program sarasehan ini dilakukan oleh management untuk mensosialisasikan peraturan komdis PSSI kepada supporter agar ditaati dan tidak dilanggar, agar pertandingan bisa berjalan dengan lancar dan tidak saling merugikan satu sama lain. Berdasarkan informan 1 mengatakan bahwa diawal musim mereka selalu menyampaikan regulasi-regulasi yang terkait dengan supporter, hal ini wajib disampaikan secara langsung sebagai wujud pembinaan etika dukungan

supporter, dan agar dapat dimengerti oleh para supporter sehingga dapat meminimalisir hal hal yang tidak diinginkan.

Program sarasehan dalam membina etika dukungan supporter tidak hanya mensosialisasikan regulasi saja, namun disini antara management dan supporter membangun komitmen bersama untuk tidak melakukan kerusuhan, atau melakukan hal yang melanggar peraturan sehingga dapat merugikan klub, kemudian management membuat perjanjian dengan supporter, jika ada kerugian tim yang dilakukan karena supporter maka yang akan membayar denda tersebut adalah supporter, diharapkan dengan adanya kesepakatan ini, supporter dapat bekerjasama dengan management untuk bertanggung jawab kepada klub, dan bersama-sama dapat menjaga nama baik PSIS Semarang.

Berdasarkan informan 2 mengatakan bahwa dengan adanya perjanjian tersebut maka, supporter bisa lebih berhati hati, jika melanggar maka supporter akan membayar dendanya, yaitu dengan sistem menaikkan harga tiket pada pertandingan selanjutnya., sehingga uang yang lebih dari harga normal tersebut bisa auntuk membayarkan denda yang diterima management PSIS Semarang. Dengan adanya tiket yang lebih mahal dari harga normal, maka supporter

akan lebih berhati hati dalam bertindak, agar tidak terjadi pelanggaran lagi dan mendapatkan denda lagi, pihak management pun selalu mengingatkan terkait hal tersebut.

Selain itu, management PSIS Semarang dalam melakukan pembinaan etika dukungan kepada supporter juga membukakan wadah supporter untuk berkoordinasi dengan kepolisian, seperti berkoordinasi terkait ijin menonton, jalur jalur yang harus diwaspadai oleh supporter, agar tidak melalui jalur panas yang ditakutkan bisa menimbulkan gesekan dan bentrok supporter. Ijin ini terkait pertandingan big match seperti saat melawan Persebaya Surabaya dan Arema Malang, karena pertandingan yang panas maka pihak kepolisian membatasi jumlah supporter yang datang kestadion, hal ini disampaikan melalui management kemudiand ari management memberikan arahan dan pengertian kepada supporter agar dapat menyepakati koordinasi antara kepolisian dengan management dan supporter.

Setelah koordinasi dengan kepolisian, maka terkait saat pertandingan berlangsung, management melalui panitia pelaksana atau panpel melakukan rapat koordinasi dengan supporter, berdasarkan yang disampaikan oleh informan 3 rapat koordinasi supporter dengan panpel ini

dilakukan secara langsung pada H-1 pertandingan, dihadiri oleh management, panitia, dan juga perwakilan dari supporter, dari supporter diwakili langsung oleh pentolan-pentolan supporter yang dinilai mereka diikuti dan ditakuti oleh supporter lain. Berdasarkan keterangan dari informan 3 dalam rapat koordinasi dengan panpel ini biasanya membahas tentang apa saja yang boleh dilakukan oleh supporter, koordinasi terkait pintu masuk dan pintu keluar, koordinasi terkait chant atau koreografi apa saja yang akan dilakukan oleh supporter, pembagian jumlah tiket dan letak tribun untuk supporter, sehingga diharapkan dengan adanya rapat koordinasi sebelum pertandingan ini tidak menimbulkan kerusuhan terjadi antara supporter dan dari panitia pelaksana sendiri dapat mengantisipasi hal hal yang telah disampaikan oleh supporter, selain itu perwakilan pun langsung dapat menyampaikan kepada supporter lain terkait hasil koordinasi, sehingga para pentolan ini dapat mengkoordinir anggota supporter mereka.

Berdasarkan uraian hasil temuan penelitian, peran management dalam membina etika dukungan supporter senada dengan apa yang ada pada penjelasan tentang komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal

adalah Penyampaian dan penerimaan pesan pada satu orang ke orang lain atau pada sekelompok orang, dimana komunikasi ini dapat secara efektif mempengaruhi pikiran, tindakan, pendapat, dan perilaku orang lain karena memiliki sifat yang dilangsungkan secara langsung dengan tatap muka dan menunjuk suatu interaksi hingga terjadi kontak pribadi.

Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan peneliti dalam wawancara mendalam, management PSIS melakukan pembinaan etika supporter secara kontak langsung atau tatap muka bersama perwakilan kelompok supporter tersebut, seperti saat mensosialisasikan regulasi, berkomitmen membuat perjanjian, berkoordinasi dengan Instansi kepolisian, dan koordinasi dengan panitia pelaksana, dengan peran yang telah dilakukan oleh management PSIS Semarang ini melalui komunikasi interpersonal antara perwakilan management dengan perwakilan supporter ini dapat memberikan pemahaman kepada satu sama lain, dan supporter dapat membuktikan bahwa mereka bertanggungjawab atas apa yang telah mereka sepakati, komunikasi ini efektif dalam merubah atau mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang atau sekelompok orang.

Tanpa adanya peran pembinaan etika dukungan supporter yang dilakukan oleh management PSIS Semarang kepada kelompok supporter snex maupun panser biru, maka yang terjadi klub akan dirugikan karena selalu mendatkan denda dari komdis PSSI karena ulah supporter, hal ini akan berimbas kepada keuangan klub, karena seperti yang dikatakan informan 2 klub akan rugi karena pertandingan tanpa penonton, sehingga tidak ada pemasukan dari ticketing, larangan bermain di homebase sehingga harus mengeluarkan budget untuk sewa stadion dan akomodasi, terdapat korban jiwa karena kerusakan yang terjadi. Tentu dengan adanya komunikasi interpersonal yang dilakukan management dalam membina etika dukungan supporter ini sangat penting.

Dengan efektifnya peran yang dijalankan oleh management dalam membina etika dukungan supporter, dan supporter yang taat dan patuh pada apa yang telah disampaikan dan disepakati bersama, berdasarkan yang dikatakan informan 2 maka banyak bentuk dukungan positif supporter kepada klub, seperti semakin kreatifnya supporter dalam mendukung tentu akan menjadi penyemangat bagi pemain dalam bertanding, semakin banyak antusias penonton untuk menyaksikan pertandingan secara langsung, berdasarkan

informan 1 bentuk dukungan positif semakin banyak minat supporter untuk membeli merchandise original PSIS Semarang, dan juga tentu menjadi nilai ketertarikan sponsor yang akan bergabung, karena PSIS Semarang yang memiliki base supporter yang besar dan positif.

SIMPULAN

Program sarasehan PSIS Semarang merupakan program dari management PSIS Semarang, kegiatan ini sebagai wadah silaturahmi, bertemunya antara management PSIS Semarang dan juga kelompok supporter pendukungnya (Panser Biru dan Snex) untuk meminimalisir terjadinya miss komunikasi dan agar dapat berkoordinasi dengan baik sebelum liga berlangsung, saling evaluasi satu sama lain, agar tercapainya tujuan bersama, dan tidak terjadinya hal yang saling merugikan.

Program sarasehan PSIS Semarang dilaksanakan sebanyak 4 kali dalam satu musim, yaitu pra musim, awal musim, tengah musim, dan akhir musim, kecuali dalam keadaan yang mendesak supporter dapat meminta management untuk melakukan sarasehan, seperti supporter panser biru yang membuat surat terbuka mendesak management PSIS Semarang untuk melakukan sarasehan, melihat hasil buruk PSIS Semarang dalam liga 1.

Program sarasehan ini dilakukan management PSIS Semarang salah satunya adalah untuk mensosialisasikan aturan atau regulasi dari Komisi Disiplin (komdis) PSSI yang berkaitan dengan supporter, selain itu untuk membahas seputar pembentukan tim, jadwal latihan, target tim, membahas mengenai teknik teknik dalam liga, dan berkoordinasi sebelum liga berlangsung (jalur,ticketing).

Proses komunikasi yang dilakukan dalam program sarasehan ini adalah secara 2 arah dengan tatap muka langsung atau face to face antara management dan kelompok supporter, dimana untuk pertama dari management menyampaikan regulasi yang ebrkaitan dengan supporter, kemudain penyampaian aspirasi aspirasi dari kelompok supporter, kemudian dilanjutkan dengan Tanya jawab. Dalam program sarasehan ini komunikasi dilakukan secara santai, tidak formal tetapi tetap serius.

Peran management PSIS Semarang dalam membina etika dukungan supporter pertama adalah dengan cara mensosialisasikan regulasi dari Komite Disiplin (Komdis) PSSI yang ebrkaitan dengan supporter, kedua dengan membuat kesepakatan atau perjanjian dengan supporter, dimana jika ada kerugian yang diterima PSIS Semarang yang disebabkan oleh supporter, maka supporterlah yang akan bertanggungjawab (membayar denda)

yaitu dengan menaikkan harga tiket pertandingan. Ketiga yaitu dengan membukakan wadah untuk berkoordinasi dengan pihak kepolisian, seperti terkait ijin dan jalur-jalur. Keempat adalah dengan menggelar rapat koordinasi dengan panitia pelaksana pertandingan, yaitu dengan menyampaikan hal terkait jumlah penonton yang diperkirakan dating ke stadion, berkiaitan dengan chants dan koreografi yang akan dibawakan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. 2011. Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Azwar
- Bertens, K. 2011. Etika. Jakarta: PT. Gramedia
- Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya, ed. 1, cet. 2. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2013. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Darmastuti, Rini. 2007. Etika PR dan EPR. Yogyakarta: Gava Media

Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc.2008. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.

Frida Kusumastuti, 2004. Dasar Dasar Hubungan Masyarakat. Bogor: Ghalia Indonesia

Handoko, Anung. 2008. Sepakbola Tanpa Batas: City of Tolerance. Yogyakarta:Kanisius.

Jefkins, Frank. 2003. Public Relations (ed.5), terj. Daniel Yadin. Jakarta:Erlangga.

Kriyantono, Rachmad. 2014. Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal:Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta: Kencana.

Moleong, J Lexy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morrison. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta : Kencana
Nazir, Moh. (2014). Metode Penelitian.Bogor: Ghalia Indonesia

Perloff, Richard M, 2003, The Dynamic of Persuasion; Communication and attitudes in the 21st century. New Jersey: Lawrens Erlbaum Associate Publisher

Prayudi. 2012. Public Relations Stratejik. Yogyakarta: Komunikasi UNP Press.

Ruslan, Rosady. 2014. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi:Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers.

Salim, Agus. 2006. Teori & Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana

Sindhunata. 2002. Bola di Balik Bulan: Jakarta: Penerbit Buku Kompas

Soemirat, Soleh, Ardianto, dan Elvinaro. 2004. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Yin, Robert. K. 2006. Studi Kasus : Desain dan Metode. Jakarta: Raja Grafindo Persada