

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam penelitian “Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Emosijiwacom terhadap Citra Bonek pada Masyarakat di Surabaya” peneliti menggunakan teori terpaan. Terpaan menurut (Kriyantono, 2020, p. 370) merupakan kegiatan menyaksikan, mendengarkan, serta membaca isi pesan media massa dan mempunyai pengalaman serta perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok.

Menurut Rosegreen dalam (Kriyantono, 2020, p. 371) terpaan bisa diterapkan berdasarkan berapa lama waktu yang dipakai dari berbagai macam media, konten media yang dikonsumsi atau keseluruhan media. Menurut (Knobloch-Westernick, 2015, p. 3) terpaan media bisa mempengaruhi jika apabila khalayak yang menyaksikan media tersebut memperhatikan pesan lebih lanjut.

Menurut Rosegen dalam (Kevin & Sari, 2019, p. 292) terpaan dapat diukur melalui indikator yaitu durasi, frekuensi, dan atensi. Durasi adalah perhitungan seberapa lama khalayak menggunakan media. Frekuensi adalah seberapa sering khalayak menggunakan media. Atensi adalah perhatian khalayak terhadap pesan. Terpaan yang akan diteliti adalah terpaan konten Instagram @Emosijiwacom

terhadap masyarakat Kota Surabaya. Penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar efek dari terpaan konten Instagram tersebut pada masyarakat Surabaya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori citra. Citra menurut (Ruslan, 2016, p. 75) adalah tujuan utama dan reputasi yang menjadi objek dari hubungan masyarakat atau *public relations*. Pengukuran citra sendiri masih memiliki arti abstrak karena tidak bisa diperhitungkan, tetapi memiliki dampak yang bisa mempengaruhi penilaian baik atau buruknya. Penilaian citra berasal dari kepercayaan berupa pandangan dan yang diberikan secara individual. Menurut Bill Canton dalam (Ishaq, 2017, p. 161) citra merupakan kesan, perasaan dan gambaran dari publik kepada perusahaan atau organisasi. Menurut (Soemirat & Ardianto, 2017, p. 161) Citra dibuat untuk mendapatkan kesan seseorang berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya tentang fakta atau kegiatan. Menurut Dowling dalam (Tench & Yeomans, 2017, p. 214) citra dibentuk melalui sekumpulan makna yang oleh seseorang untuk mendeskripsikan, mengingat, dan mengaitkan sebuah organisasi atau kelompok. Citra tersebut muncul dari hasil interaksi, pengetahuan, perasaan, dan impresi. Menurut (Gassing & Suryanto, 2016, p. 155) citra tidak dapat direkayasa, tetapi terbentuk oleh masyarakat. Komunikasi dan keterbukaan menjadi cara yang tepat untuk membangun citra positif.

(Ruslan, 2016, pp. 77–79) menjelaskan bahwa citra memiliki bermacam-macam jenis dalam dunia hubungan masyarakat atau *public relations* yaitu citra cermin (*mirror image*), citra kini (*current image*), citra keinginan (*wish image*),

citra perusahaan (*corporate image*), citra beraneka (*multiple image*), citra penampilan (*performance image*). Citra yang diteliti adalah citra saat ini Bonek mania di kalangan masyarakat Surabaya.

Menurut (Nasrullah, 2021, p. 8) Platform yang terdapat di internet dengan memungkinkan seorang pengguna mempresentasikan diri dengan contoh interaksi, komunikasi, serta membagikan unggahan dengan pengguna lain dan menciptakan sebuah ikatan sosial dengan orang lain disebut media sosial. Menurut (Nugraha, n.d., p. 4) media sosial merupakan wadah yang berada di internet yang mudah diakses oleh pengguna sehingga dapat digunakan untuk membuat dan berbagi konten seperti informasi, opini, dan minat dalam konteks yang beragam seperti informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya yang akan diterima oleh khalayak. Media sosial memiliki efek berkepanjangan dimana penerima pesan tidak berhenti di satu audiens saja. Menurut (Triastuti et al., 2017, p. 16) Fasilitas yang diberikan oleh media sosial yaitu layanan jaringan online yang dapat menghubungkan orang cara individu maupun kelompok. Menurut (Rofahan et al., 2014, p. 23) penggunaan media sosial memiliki manfaat untuk memperkuat keberadaan sebuah komunitas.

Media sosial sudah dapat diakses oleh khalayak dan juga dapat mempengaruhi citra organisasi/ kelompok, karena pengguna media sosial yang terus meningkat. Semua orang dapat mengakses konten media sosial milik sesama pengguna. Masyarakat Surabaya dapat mengakses konten @Emosijiwakucom secara bebas, sehingga menimbulkan persepsi kepada citra Bonek mania.

Bonek merupakan salah satu suporter terbesar di Indonesia yang sudah ada sejak tahun 1987. Bonek selalu mendapatkan citra yang buruk dari masyarakat dimasa lalu. Bonek selalu dikaitkan dengan kekerasan dan kerusuhan saat ada pertandingan sepakbola yang melibatkan Persebaya. Bonek ingin merubah perspektif masyarakat khususnya masyarakat Surabaya yang merupakan kota asal Bonek terbentuk. Bonek membutuhkan media sosial untuk membangun citra positif di masyarakat. Bonek memiliki banyak media sosial salah satunya Instagram dengan nama akun @emosijiwacom. Dalam akun Instagram @emosijiwacom terdapat konten kegiatan sosial yang dilakukan oleh Bonek. Dari terpaan konten kegiatan untuk memperbaiki citra, peneliti ingin mengetahui seberapa berpengaruh konten tersebut terhadap citra Bonek.

Menurut (Iskandar & Syueb, 2018, p. 92) kehadiran pendukung sepak bola memiliki dampak baik dan buruk. Dampak baik dari keberadaan dan eksistensi pendukung melalui kedekatan anggotanya melalui berbagai kegiatan kelompok. Kegiatan kelompok ini berguna untuk menjaga rasa kekeluargaan antar anggota yang berpengaruh kepada daya tarik kelompok, Sebagai kekuatan yang menjadikan anggota tetap berada didalam kelompok dan menaati kesepakatan kelompok. Sedangkan dampak buruk yang diciptakan adalah sikap berlebihan dari kelompok suporter yang terlalu berlebihan dalam mendukung tim dapat menimbulkan anarkisme antar kelompok suporter.

Menurut (Alamsyah & Prasetyo, 2018, p. 224) dari berbagai pendukung fanatik di Indonesia, Bonek merupakan salah satu kelompok pendukung fanatik yang

paling banyak mengundang perhatian masyarakat dan cerita-cerita menarik. Bonek merupakan pendukung dari Persebaya Surabaya yang di dominasi oleh orang berusia muda dan masih perlu pembimbingan dan peningkatan dalam pengembangan pengetahuan dan kewarganegaraan agar menjadi pendukung yang lebih disiplin, mandiri dan bertanggung jawab.

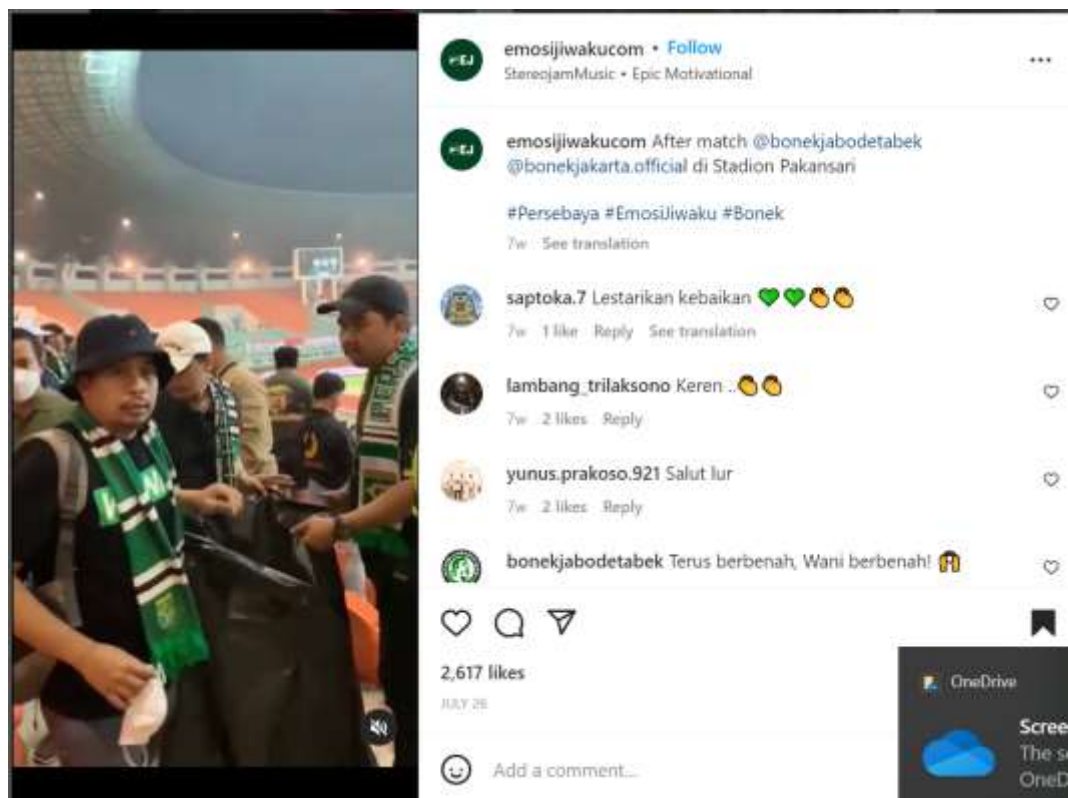
Menurut (Pratama & Yenny, n.d., p. 88) banyak stigma negatif yang tercipta kepada Persebaya dan Bonek sebagai pendukung fanatik yang dikenal selalu membuat kerusuhan dan tindakan anarkis. Perilaku tersebut akan berdampak pada penilaian masyarakat luas, karena masyarakatlah yang merasakan buah dari perilaku seperti, kekerasan, perampasan, penjarahan, tawuran, perusakan fasilitas publik. Sebagai tim profesional yang sudah memiliki nama besar memiliki banyak penggemar Persebaya Surabaya harus menciptakan dan menjaga citra yang baik di masyarakat luas

Seperti berita yang ditulis oleh (Nurhadi, 2019) dalam bola.tempo.com, Bonek sebagai pendukung persebaya yang kecewa dengan hasil pertandingan Persebaya melawan PSS Sleman, Bonek merusak fasilitas Stadion Bung Tomo Surabaya. Fasilitas yang dirusak antara lain papan sponsor di tepi lapangan, bangku tribun penonton, bangku pemain, dan lorong ruang ganti pemain. Bonek juga membakar beberapa papan sponsor di belakang gawang.

Kerusuhan terbaru terjadi pada tanggal 15 september 2022, seperti yang dituliskan oleh (Nadya, 2022) terjadi kerusuhan yang melibatkan Bonek di dalam

Gelora Delta Sidoarjo yang mengakibatkan kerusakan fasilitas stadion dan kerugian hingga 15 miliar rupiah.

Bonek Mania juga sering terlibat bentrok dengan kelompok dan institusi lain seperti pihak keamanan. Seperti pada berita yang ditulis oleh (Prawira, 2021) dalam okezone.com dimana Bonek melempari benda dan batu petugas keamanan karena dilarang untuk merayakan hari ulang tahun Persebaya Surabaya yang ke 94.



Gambar 1.1

Contoh Konten di akun Instagram @Emosijiwakucom

Sumber: akun Instagram @Emosijiwakucom

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa akun Instagram @Emosijiwaku mengunggah foto yang menunjukkan bahwa Bonek membangun citra peduli dengan lingkungan. Terlihat pada gambar ilustrasi tersebut Bonek membersihkan stadion Pakansari dari sampah setelah pertandingan.

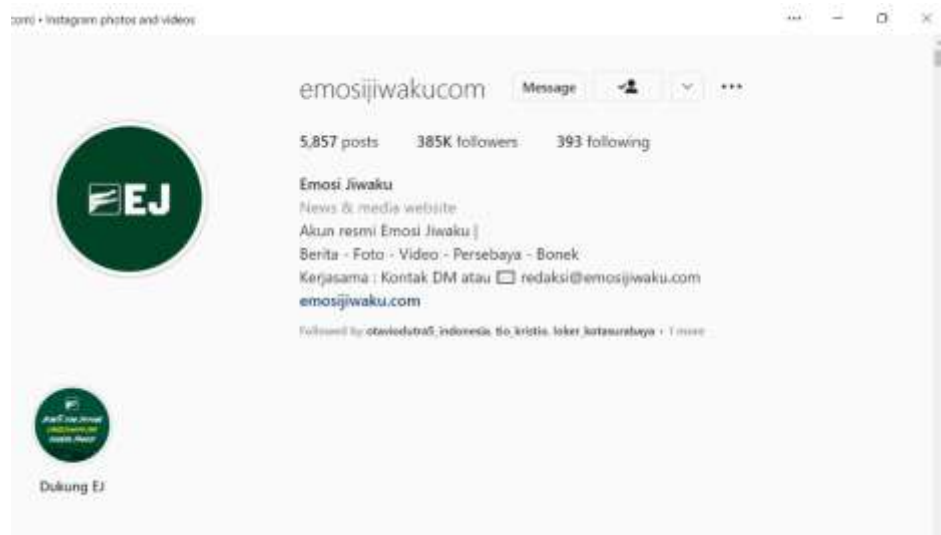
Menurut (Lukman et al., 2018, pp. 1–2) Semenjak saham dari PT. Persebaya Indonesia dibeli oleh Jawa Pos *Sportainment*, Persebaya Surabaya dan Bonek mania menatap era baru. Membentuk citra suporter yang dewasa dan profesional merupakan tujuan dan impian semua Bonek. Tidak hanya dari pihak manajemen Persebaya saja yang berusaha memperbaiki citra tetapi Bonek berusaha membenahi citra tersebut dengan berbagai macam cara.

Bonek sebagai suporter yang sudah memiliki citra negatif di masyarakat. Bonek berusaha memperbaiki citranya menjadi lebih baik dimata masyarakat, terutama masyarakat Surabaya. Bonek menggunakan banyak media untuk memperbaiki citra buruk Bonek salah satunya media sosial Instagram dengan akun @Emosijiwakucom.

Akun Instagram @Emosijiwakucom menarik diteliti karena konten dalam akun tersebut selalu menginformasikan kegiatan-kegiatan Bonek dan berita-berita terbaru yang tentang seputar persebaya dan Bonek seperti hasil pertandingan serta *event* yang dilakukan oleh Bonek.

Peneliti menemukan perbedaan akun Instagram @Emosijiwakucom dengan akun instagram milik suporter sepak bola lain yang berada di Indonesia yang memberikan konten yang hampir sama. Perbedaan yang ditemukan adalah

@Emosijiwakucom memiliki konten yang lebih lengkap karena tidak hanya membahas tentang sepak bola saja tetapi juga membahas kegiatan Bonek didalam maupun diluar pertandingan. Akun yang dijadikan pembanding disini adalah @Bonekpedia. @Bonekpedia merupakan akun Instagram serupa yang membahas seputar Persebaya dan Bonek. Kedua akun ini memiliki perbedaan, dimana akun @Bonekpedia hanya memasukan konten yang menginformasikan berita seputar sepakbola dan info skor pertandingan persebaya saja.



Gambar 1.2

Gambar profil akun Instagram @Emosijiwakucom

sumber: akun Instagram @Emosijiwakucom

Media sosial Instagram dipilih karena akun Instagram @Emosijiwaku memiliki pengikut terbanyak dari akun media sosial yang membahas tentang Bonek daripada akun lainnya. Diketahui pengikut akun Instagram @Emosijiwakucom sebanyak tiga ratus delapan puluh lima ribu pengikut. Peneliti memilih Instagram

@Emosijiwakucom karena merupakan media sosial Bonek yang memiliki paling banyak followers. Akun Instagram @Emosijiwakucom merupakan akun Instagram yang paling sering upload konten setiap minggunya dibandingkan dengan akun sejenisnya. Akun Instagram @Emosijiwakucom sering mengupload konten setiap harinya baik dalam bentuk story, feeds, maupun live.

Dalam penelitian ini, kriteria dari responden adalah warga kota Surabaya yang mengetahui dan pernah melihat konten Instagram @Emosijiwakucom. Target responden masyarakat Surabaya yang memiliki Instagram dan sudah mengikuti atau pernah melihat konten Instagram @Emosijiwakucom.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh (Kevin & Sari, 2019). Penelitian ini memiliki variabel X yaitu terpaan media dan variabel Y yaitu *brand image*. Dalam penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa ada hubungan variabel X mempengaruhi variabel Y meskipun kecil pengaruhnya

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Haliem et al., 2019). Penelitian ini memiliki kesamaan pada variable X yaitu terpaan media. Tetapi memiliki perbedaan pada variabel Y yaitu dimana penelitian tersebut menggunakan opini pembaca sedangkan penelitian ini menggunakan citra. Hasil penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan antara terpaan media terhadap opini. Dimana semakin banyak terkena terpaan media semakin tinggi pula opini yang diberikan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Devani & Putri, 2020). Penelitian ini memiliki kesamaan variabel X yaitu terpaan. Tetapi memiliki perbedaan pada variabel Y yaitu dimana penelitian tersebut menggunakan sikap. Hasil penelitian

ini menyimpulkan adanya pengaruh terpaan terhadap sikap meskipun hubungan antar variabel dinilai lemah.

Penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh (Rizky & Widiyasanty, 2021). Penelitian ini memiliki Variabel X yaitu terpaan. tetapi memiliki variabel Y yang berbeda dimana penelitian tersebut menggunakan citra sedangkan penelitian ini menggunakan variabel perbaikan citra. hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel terpaan media YouTube terhadap citra perusahaan PT. Garuda Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan penggunaan kuesioner sebagai alat ukur untuk mengumpulkan data yang dibagikan sampel yang dipilih dari populasi (Kriyantono, 2020, p. 149). Peneliti menentukan sampel remaja hingga dewasa yang mengikuti akun Instagram @Emosijiwakucom.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah yang diangkat adalah: Apakah terdapat pengaruh terpaan konten Instagram @Emosijiwakucom terhadap citra Bonek pada Masyarakat Surabaya?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari rumusan masalah: untuk mengetahui terdapat pengaruh terpaan konten Instagram @Emosijiwakucum terhadap citra Bonek pada Masyarakat di Surabaya?

I.4 Batasan Penelitian

1. Objek penelitian adalah terpaan konten di Instagram @Emosijiwakucum terhadap citra Bonek.
2. Subjek penelitian adalah masyarakat Surabaya yang pernah melihat konten di akun Instagram @Emosijiwakucum.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi penelitian dengan variabel Terpaan media terhadap citra. Terutama referensi mengenai pengaruh terpaan konten di Instagram @Emosijiwakucum terhadap citra Bonek pada masyarakat Surabaya.

I.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti dapat memberikan masukan kepada pihak suporter Bonek tentang pengaruh terpaan konten Instagram @Emosijiwakucum terhadap citra Bonek pada masyarakat Surabaya.