

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepakbola merupakan olahraga yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat baik dari tingkat daerah, nasional, dan internasional. Dalam olahraga sepakbola terdapat empat elemen pokok yang harus ada agar suatu pertandingan dapat berjalan lancar yaitu terdiri dari pemain, wasit, panitia penyelenggara dan suporter. Suporter adalah elemen yang amat penting dalam sepakbola. Tanpa adanya suporter atmosfer pertandingan sepakbola terasa hambar. Sepakbola dan suporter merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Dimana ada sepakbola disitu ada suporter. Sepakbola telah mengubah pikiran normal menjadi suatu bentuk fanatik. Tidak memandang tua, muda maupun anak-anak. Kecintaan mereka terhadap klub yang dibelanya telah menjadi bukti kesetiaan mereka terhadap klub yang dicintainya.

Perkembangan zaman yang semakin hari semakin menunjukkan keberadaan suatu kelompok menjadi begitu penting. Terlihat di era globalisasi ini keberadaan suatu olah raga sepakbola bukan hanya menjadi tontonan olah raga semata, namun juga menjadikannya ajang dalam menunjukkan jati diri khususnya bagi suatu supporter. (Soekanto 1990) menjelaskan bahwa supporter adalah salah satu kelompok sosial yang mempunyai kecendrungan secara relatif tidak teratur dan kelompok tersebut terjadi karena ingin melihat sesuatu. Namun, di era kali ini supporter tidak hanya sebagai penikmat dan ingin melihat pertandingan bola melainkan ingin dinikmati cara berpakaian sebagai lambang dari penikmat bola itu sendiri.

Indonesia memiliki berbagai macam suporter fanatik yang mendukung tim kesayangan asal daerahnya masing-masing yang tersebar di seluruh pelosok tanah air. Salah satunya adalah Bonek Mania, suporter klub Persebaya Surabaya yang dikenal fanatik dalam memberikan dukungan. Bonek adalah pelopor gerakan suporter klub

sepakbola dengan busana kebesaran berupa kaos warna hijau dan gambar atau logo wong mangap yang artinya orang berteriak dengan penuh semangat dan keberanian.

Di era Modernisasi ini pertandingan sepak bola tidak hanya fokus pada tendangan bola, di era ini muncul fenomena dimana sepak bola tidak hanya fokus pada tendangan bola melainkan juga muncul fenomena fashion dalam pertandingan tersebut, dimana supporter selalu mempunyai cerita tersendiri di dalam mendukung klub favoritnya (Chair dan Afdhal 2012:1-3).Perkembangan sepakboal kini semakin terindustrialisasi terbukti dimana baik para atlit yang menjadi konsumsi industri dan cara berpakaian yang di ikuti, baik cara berpakaian generasi saat ini atau lampu, transformasi ini berkesinambungan dengan gaya hidup yang terjadi, Pandangan seperti ini dikenal dengan istilah *Sportainment* (Gettho 2013: 158-160).

Suporter sepakbola yang dimiliki oleh Persebaya sangatlah menarik untuk dibahas karena bonek merupakan suporter yang sangat dikenal kekompakan dan kenekatannya dalam mendukung klub kebanggannya Persebaya Surabaya. Bonek selalu menjadi pusat perhatian dalam setiap pertandingan sepakbola khususnya ketika Persebaya Surabaya bertanding. Menurut penelitian Prakoso Adi (2013) Suporter Bonek berasal dari Surabaya pada saat itu mereka berbondong-bondong menuju gelora Bung Karno untuk menyaksikan pertandingan final liga Indonesia, Bonek artinya Bondo Nekat dan sejak pertandingan tersebut julukan itu tercetus.

Peluang keberadaan suporter sepak bola pada suatu pertandingan dapat dijadikan sebagai ladang bisnis, hal ini berakibatkan timbulnya suatu perilaku konsumtif dimana para suporter ingin turut serta timbul dalam suatu pertandingan. Salah satu kultur suporter sepak bola yang ada dan sedang menjadi trend saat ini adalah casual yang berasal dari inggris. Sesuai namanya, mereka adalah suporter sepak bola yang identik dengan fashion casual. Tidak hanya di tribun, style mereka pun ternyata dipakai pula hingga dalam kehidupan sehari-hari. Casual menggunakan gaya berpakaian dengan merk-merk ternama dunia yang sering disebut clobber. Trend fashion casual muncul di Inggris pada sekitar tahun 70an dengan di pelopori oleh suporter Liverpool setelah menemani tim kesayangannya tersebut berlaga di ajang Liga

Champions. Mereka berpakaian dengan merk yang sebelumnya tak dikenal di Inggris seperti Sergio Tacchini, Fila, Adidas, kappa, dan Ellesse. Karena beberapa kalangan menyebutnya aneh, style tersebut kemudian menggundang perhatian. Beberapa kalangan kemudian mengadopsi fashion style casual tersebut. Kini budaya berpakaian ala casual telah menjamur ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. di Indonesia sendiri fashion casual telah menjadi trend di berbagai kalangan suporter, termasuk suporter dari kesebelasan Persebaya Surabaya.

Suporter dengan fashion casual ini ingin menunjukkan bahwa mereka berbeda dengan yang lain, dari segi penampilan para casual sangat berbeda dengan suporter yang ada pada umumnya, dari ujung kepala hingga ujung kaki suporter casual menggunakan brand brand ternama kelas dunia yang harganya terbilang mahal. Hal itu lah yang membuat kelompok suporter casual cenderung konsumtif dalam membeli atribut mereka untuk mendukung Persebaya. Pada anggota kelompok bonek casual budaya konsumtif atau yang lebih dikenal dengan perilaku konsumtif sangatlah terasa sekali, dikarenakan para anggotanya sangatlah mementingkan atribut yang dipakai saat mendukung persebaya.

Proses membudayakan sesuatu biasanya diawali dengan teknologi atau benda-benda baru yang dipersepsikan dapat memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Mode pakaian, telepon, internet, smartphone, blackberry, motor metic adalah beberapa teknologi baru yang dipersepsikan dibutuhkan oleh setiap orang. Publikasi yang terus menerus dilakukan secara kolektif melalui media massa telah membangun wawasan baru tentang pentingnya benda-benda tersebut sehingga mendorong orang untuk memiliki dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Persoalan bagaimana memilih *fashion* dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya merupakan pilihan gaya hidup. Kebiasaan- kebiasaan baru pada akhirnya melahirkan identitas sosial tertentu yang melekat pada orang bersangkutan, baik disadari oleh orang itu sendiri ataupun tidak. Identitas sosial tidak dapat

dinyatakan secara sepihak oleh orang itu sendiri, tetapi merupakan hasil dari persepsi masyarakat di sekitar dirinya. Dengan demikian, identitas sosial pada dasarnya merupakan proses produksi budaya yang terus berlangsung sehingga proses terbentuknya identitas sosial tidak bersifat final seperti halnya identitas biologis manusia yaitu laki-laki atau perempuan.

Perilaku adalah respon individu terhadap suatu stimulus atau tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan, baik disadari maupun tidak. Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Dari segi biologis, perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organism (makhluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mempunyai aktifitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri, antara lain berinteraksi, bergaul, makan, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia.

Perilaku merupakan suatu bentuk perbuatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari baik yang dapat diamati secara langsung maupun tidak, seperti: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, menulis, membaca, dan sebagainya. Pada dasarnya perilaku yang dimiliki oleh manusia dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor bawaan yang diwariskan oleh orang tua, sedangkan faktor eksternal dapat berupa stimulus-stimulus yang didapatkan dari lingkungannya, baik lingkungan keluarga, sekolah maupun lingkungan masyarakat. Sehingga menyebabkan setiap orang memiliki perilaku yang berbeda-beda sebagai akibat dari kedua faktor tersebut.

Seiring perkembangan zaman, manusia mempunyai kecenderungan sosial untuk meniru sesuatu, sebagai wujud pembentukan diri dalam kehidupan masyarakat. Proses meniru misalnya seorang anak yang meniru perilaku dan kebiasaan orang tuanya, pendatang yang meniru kebudayaan pribumi atau sebaliknya, masyarakat

tradisional terhadap masyarakat modern dan dijadikan sebagai gaya hidup. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa manusia membutuhkan interaksi atau komunikasi untuk membentuk diri sebagai pribadi (individu) dan sekaligus sebagai makhluk sosial.

Perilaku konsumtif saat ini lebih berpengaruh kepada generasi muda, karena generasi muda lebih mementingkan kesenangan atau kepuasan saat membeli barang secara berlebihan, padahal barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan dan bukan dari kebutuhan pokok. Gaya hidup tersebut saat ini lebih digandrungi oleh generasi muda, dari yang hanya untuk memuaskan diri sendiri, atau untuk menunjukkan status sosialnya karena membeli barang-barang bermerk. Hal yang membuat para remaja berperilaku konsumtif adalah karena adanya rangsangan dari para pembuat produk-produk dan merangsang para konsumen untuk terus mengikutinya.

Umumnya, Perilaku Konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak di perhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Hotpascaman 2010:2). Perilaku konsumtif ini muncul pada remaja yang tergolong penikmat bola, dimana ketika mereka menikmati pertandingan atau ingin diakui sebagai penikmat bola itu sendiri, mereka cenderung menggunakan atribut dengan style casual sebagai lambang dari Supporter Bola. Hal ini tergolong di dalam pola perilaku konsumtif dimana terjadi pembelian dan pemenuhan kebutuhan dimana lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan dan condong dikuasai oleh nafsu duniawi dan pengakuan.

Kecendrungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pada intinya dapat di bedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Miniard, 1995; Kotler 2006). Faktor internal dari perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Pengertian dari gaya hidup itu sendiri adalah pola dimana orang hidup menghabiskan waktu dan uang. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Triyaningsih bila kebanyakan orang lakukan perilaku konsumtif karena ingin ikuti trend gaya hidup (Triyaningsih, 2011).

Sedangkan Faktor eksternal dari perilaku konsumtif dapat meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, demografi dan keluarga serta sikap dari konsumen tersebut (Suyanto, 2012). Kecenderungan berpakaian dari Supporter sepak bola khususnya pada penelitian ini adalah Bonek lebih kepada sikap dari konsumen tersebut, mereka cenderung ingin terlihat sama dengan kelompoknya walaupun tidak ada hubungannya dari apa yang di idolakan.

Pada penelitian kali ini peneliti condong pada perilaku konsumtif yang di lakukan oleh Supporter Sepak Bola khususnya pada komunitas Green Scuro.

1.2 Fokus Penelitian

berdasarkan latar belakang kajian penelitian tersebut, peneliti ingin mendeskripsikan “bagaimana bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas Green Scuro untuk menunjang hobi mereka sebagai supporter ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana perilaku konsumtif terjadi pada anggota kelompok komunitas Green Scuro. Untuk mengetahui apa tujuan para anggota membentuk komunitas green scuro

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis manfaat penelitian ini adalah untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam menemukan jawaban atas permasalahan yang di ajukan pada rumusan malah sebagai suatu bentuk sumbangsih dalam bidang sosiologi untuk memperkaya wawasan keilmuan tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pandangan mengenai perilaku konsumtif yang terjadi dalam kelompok supporter khususnya pada Bonek, dan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang sejenis.

1.5 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan hal terpenting dalam sebuah penelitian. Dalam kajian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dimana teori yang digunakan ini difungsikan sebagai alat untuk menjelaskan, melihat, memahami dan menafsirkan suatu fenomena sosial yang terjadi di dalam suatu masyarakat. Selain hal tersebut, teori juga digunakan sebagai sebuah bekal pengetahuan yang berguna untuk memahami suatu fenomena yang belum terungkap dalam masyarakat tersebut. Fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat digunakan peneliti sebagai bekal untuk mempermudah mencari fenomena dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dalam suatu kajian. Hal tersebut berguna untuk mencari kedalam suatu realitas yang terjadi yang digunakan sebagai data yang dapat diperoleh secara mendalam dari informan (subyek penelitian). Selain itu teori juga berfungsi sebagai pisau analisis yang membantu peneliti untuk memperoleh data yang tepat dan akurat sehingga peneliti tidak keluar dari batasan yang telah ditetapkan dan mampu menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan dengan baik.

Dengan demikian penggunaan teori ini berguna pada kajian atau penelitian ini. Dalam kajian yang sedang peneliti teliti ini menggunakan teori konsumsi dari Jean Baudrillard Sedangkan studi terdahulu berfungsi sebagai alat pembanding agar peneliti menemukan celah yang menjadi sasaran untuk menemukan kebaharuan dalam bidang studi yang bersangkutan. Penjelasan tentang teori dan keterkaitan akan dijelaskan dengan kajian sebagai berikut.

1.5.1 Teori Konsumsi Jean Baudrillard

Pada masa sekarang ini masyarakat kita mulai memasuki zaman post-modernisme. Yang sesungguhnya adalah sebuah zaman di mana yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang adiktif yang merekat dan tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan masyarakat modern. Ketika masyarakat lebih mengedepankan gengsi daripada kebutuhan pokok, masyarakat semakin dimudahkan dengan berbagai fasilitas yang mendukung untuk masyarakat menjadi lebih konsumtif,

hal ini juga semakin diperhitungkan oleh sebuah *industry* dari merek-merek yang membuka toko-toko mereka di berbagai sudut kota-kota besar.

Jean Baudrillard mengatakan, logika social konsumsi tidak akan terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda social (Ritzer, dalam Baudrillard, 2006:xxii). Konsumsi dalam pandangan Jean Baudrillard (1970), dilihat bukan sebagai kenikmatan atau kesenangan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sebagai sesuatu yang terlembagakan, yang dipaksakan kepada masyarakat, dan seolah merupakan suatu tugas yang tidak terhindarkan. Jean Baudrillard, mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang di dalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Dengan kata lain, orang tidak lagi mengkonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya (Piliang, dalam Adlin, 2006: 398).

Dalam pandangan Baudrillard, yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan,citra) daripada komoditas itu sendiri. Artinya, komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas dasar apa yang dimaknai masyarakat bukan dalam pengertian apa yang mereka lakukan, namun lebih pada hubungan masyarakat dengan seluruh system komoditas dan tanda. Baudrillard membuktikan bahwa yang dikonsumsi sesungguhnya adalah tanda atau semata hanyalah citra, bukan kemanfaatan komoditas yang dibelinya.

Apa yang dikonsumsi masyarakat, pada dasarnya bukanlah objek, melainkan tanda. Konsumsi merupakan sebuah system aksi dari manipulasi tanda, sehingga mengkonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengkonsumsi objek tersebut, dan di saat yang sama kita berbeda dengan orang yang mengkonsumsi objek yang lain. Hal ini yang disebutkan oleh Baudrillard sebagai kode, yang kemudian apa yang kita seharusnya konsumsi dan apa yang tidak kita konsumsi. Jadi, ketika masyarakat memiliki penghasilan lebih dan kemudian mengkonsumsi sesuatu, sesungguhnya yang terjadi bukanlah sebuah kebebasan, karena yang terjadi adalah masyarakat tidak membeli apa yang mereka butuhkan, tetapi membeli apa yang

kode sampaikan kepada kita tentang apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang seharusnya dibeli.

Dalam masyarakat konsumen yang dikontrol oleh kode, hubungan manusia ditransformasikan dalam hubungan dengan objek, terutama konsumsi objek (Ritzer, 2003: 139). Objek-objek yang dikonsumsi masyarakat tidak memiliki makna dalam kaitan dengan kegunaan dan keperluannya, dan juga tidak memiliki makna objek berasal dari perbedaan hubungannya dengan atau objek lain. Dengan kata lain, ketika sebuah komoditas dikonsumsi seseorang, maka yang terjadi sesungguhnya adalah gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan lain sebagainya (Kellner, 1994:4). Kode, dalam pandangan Baudrillard pada dasarnya adalah dasar dominasi dan eksploitasi bentuk kedua yang dikembangkan kekuatan kapital untuk memperbesar laba dan memanipulasi selera pasar.

Pada hakekatnya masyarakat tidak pernah akan terpuaskan untuk terus menerus mengkonsumsi, sehingga kebiasaan semacam ini akan terus melahirkan masyarakat yang konsumtif. Hal ini dilakukan secara terus-menerus oleh masyarakat yang bukan hanya bertujuan untuk mencari kenikmatan dan manfaatnya saja, melainkan bertujuan untuk mendapatkan perbedaan dan status sosial dikalangannya. Pada zaman post-modernisme, masyarakat yang memutuskan membeli dan mengkonsumsi sesuatu, yang menjadi pertimbangan bukanlah apakah sesuatu itu berguna atau tidak, tetapi yang penting adalah makna apa yang melekat pada sesuatu itu. Tidak sedikit masyarakat lantas menjadi *konsumtif* dalam artian mengkonsumsi tanpa henti, rakus dan serakah, karena kebutuhannya seolah tidak pernah terpuaskan akibat pemikiran mereka sendiri yang selalu ingin tampil beda.

1.6 Studi Terdahulu

Pemaknaan Tren Fashion Berjilbab Ala Hijabers Oleh Wanita Muslimah Berjilbab (oleh Taruna Budiono Mahasiswa Universitas Diponegoro, jurusan Ilmu Komunikasi)

Mengkomunikasikan identitas diri menggunakan medium fashion adalah hal umum yang dilakukan oleh banyak orang. Salah satu pilihan fashion tersebut adalah jilbab. Tren fashion berjilbab belakangan ini sedang marak di Indonesia. Para wanita muslim khususnya yang tinggal di kota-kota besar banyak yang mengikuti tren fashion ini. Jilbab yang mereka pakai banyak dipengaruhi oleh kehadiran komunitas wanita berjilbab seperti hijabers community, serta beberapa figur publik yang juga memakai jilbab.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini memberikan gambaran tentang fenomena tren fashion berjilbab di kalangan wanita muda dan pemaknaan jilbab yang dipakai oleh para mereka. Penelitian ini mengacu pada konsep fashion sebagai komunikasi, sebagaimana dikatakan oleh Fiske bahwa fashion atau pakaian menjadi medium yang digunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu pada orang lain (Fiske dalam Barnard, 2011: 41). Jilbab sebagai bagian dari fashion juga berguna untuk medium penyampaian pesan-pesan para pemakainya kepada orang lain. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap empat orang informan yakni para wanita muda yang memakai jilbab ala hijabers/modifikasi yang tinggal di kota Semarang.

Hasil temuan penelitian menggambarkan Jilbab yang dipakai oleh para wanita muslim digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu, menunjukkan identitas diri, dan sebagai media ekspresi diri. Pesan utama yang ingin dinyatakan oleh para wanita berjilbab ini adalah bahwa selain melaksanakan perintah agama, mereka juga bisa tampil modis dan fashionable, serta tetap aktif dengan berbagai macam kegiatan tanpa terganggu jilbab yang mereka pakai. Lebih lanjut, media massa yang dijadikan

rujukan oleh para wanita berjilbab adalah media internet, dimana kemudahan akses menjadi daya tariknya.

Penelitian selanjutnya dari Afia Mutiara Pambayun dari Sosiologi Universitas Airlangga yang berjudul “Perilaku Konsumtif Atlet (Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knights Kota Surabaya)” pada tahun 2017. Penelitian ini memfokuskan pada perilaku konsumtif yang dilakukan oleh atlet basket Surabaya Fever dan CLS Knights. Menggunakan teori *leisure class* dari Thorsten Veblen sebagai pisau analisis sehingga menitik beratkan pada bagaimana penggunaan waktu luang para atlet basket.

Ditemukan data bahwasannya para atlet memanfaatkan waktu luangnya untuk melakukan kegiatan konsumsi dan perilaku konsumtif tidak dapat dilihat dari berdasarkan pengeluaran informan selama satu bulan. Selain itu terjadi perubahan perilaku informan menjadi konsumtif dikarenakan oleh adanya kepemilikan pendapatan yang besar dan pengaruh dari lingkungan sehingga mendorong untuk melakukan kegiatan konsumsi. Lalu adanya rasa ingin diterima oleh lingkungan baru sehingga terjadi penyesuaian dan persaingan antara pemain klub demi menampakkan citra diri sebagai atlet basket profesional. Para atlet basket memiliki rasa kebanggaan tersendiri dengan perilaku konsumtif yang aktif dilakukannya. Mereka merasa puas dan tidak menyesal dengan seberapa banyak biaya yang dikeluarkan karena merasa mampu memenuhi gaya hidup sedemikian rupa (Pembayun, 2017).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Retno Hendariningrum & M. Edy Susilo dari Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Negeri Yogyakarta yang berjudul “Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi” pada tahun 2014. Penelitian ini membahas tentang fashion dan gaya hidup yang tumbuh pesat berkat peran ekonomi dan industri globalisasi. Komunikasi media mempunyai peran yang besar dalam mengonstruksi masyarakat dalam berpenampilan melalui figure-figur yang ditabiskan sebagai selebriti. Sehingga membuat para pemirsanya berusaha meniru penampilan yang diidolakan. Selain itu gaya hidup merupakan lini komoditas baru

dalam kapitalisme yang masuk ke dalam kehidupan elemen masyarakat saat ini (Hendariningrum & Susilo 2014).

Melihat dari penelitian sebelumnya, peneliti merasa perilaku konsumtif erat kaitannya dengan beberapa kelompok tertentu. Bahkan perilaku konsumtif erat kaitannya dengan gaya hidup dan fashion. Dapat di simpulkan perilaku konsumtif menjadi identitas atau alasan mengapa suatu kelompok terbentuk. Oleh karena itu, peneliti akan menbandingkan tiap-tiap perilaku konsumtif yang terjadi. Pada penelitian ini peneliti akan focus kepada perilaku konsumtif yang terjadi pada suatu komunitas bernama Green Scuro yang merupakan bagian dari komunitas supporter bola Surabaya (Bonek Surabaya). Pada penelitian ini, Peneliti akan sama sama memfokuskan penelitian terhadap perilaku konsumtif yang terjadi. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah Subjek penelitian, dimana pada penelitian ini peneliti focus terhadap perilaku di suatu kelompok supporter bola yang umumnya mereka focus pada pertandingan melainkan focus pada apa yang mereka kenakan untuk mensupport kesebelasan favorite mereka.

Sama halnya dengan penelitian tersebut, penelitian yang akan dilakukan juga meneliti tentang perilaku konsumtif yang terjadi karena pengaruh fashion dalam mempengaruhi perilaku individu dalam keikut sertaanya meramaikan industry sepak bola. Studi kasus yang dilakukan peneliti sama-sama mengenai kegemaran sebuah komunitas terhadap tokoh idolanya, hanya saja jika penelitian lainnya dilakukan terhadap subyek lain, penelitian yang akan dilakukan meneliti pada sebuah komunitas atau kelompok yang menggemari dan mendukung sebuah tim sepak bola atau disebut supporter.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pengetahuan tentang perilaku konsumtif kelompok supporter Green Scuro serta untuk mengetahui faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif kelompok supporter Green Scuro dalam mendukung tim Persebaya Surabaya, sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, namun tetap bermaksud untuk menambah dan

mendukung perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait perilaku konsumtif suporter di Indonesia.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Metodologi menurut Bogdan & Taylor ialah proses, prinsip dan prosedur yang peneliti gunakan untuk mendekati permasalahan dan mencari jawaban dari permasalahan yang ada. sesuai dengan permasalahan yang diambil, yaitu “*perilaku konsumtif pada anggota komunitas suporter bonek*” peneliti nantinya menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh secara tertulis dan lisan dengan keterangan informan. Sehingga peneliti dapat mengetahui makna dibalik fenomena yang sedang di teliti.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dikarenakan agar dapat meminimalkan jarak antara peneliti dan informan. Peneliti ini tidak hanya terbatas pada pengumpulan data dan penyusunan data tetapi meliputi analisis dan interpretasi data yang telah dikumpulkan dan segala sesuatu dalam penelitian ditentukan dari hasil pengumpulan data yang mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dilapangan.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang mampu memberikan suatu gambaran dan penjelasan yang terperinci tentang suatu fenomena. Penelitian kualitatif juga berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandangnya sendiri dan dalam penelitian kualitatif berusaha untuk mendapatkan informasi secara lebih mendalam. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka data yang dikumpulkan berupa pendapat, tanggapan, informasi, konsep-konsep dan keterangan yang berbentuk uraian dalam mengungkapkan masalah.

1.7.2 Konsep-konsep Penelitian

Tujuan dari adanya konsep-konsep yang diperoleh dari literatur dan dari lapangan digunakan sebagai penjelas dan menghindari adanya salah penafsiran dari pandangan yang berakibat pada hasil penelitian ini. Konsep-konsep ini masih bersifat sementara, karena harus ditemukan konsep-konsep dari lapangan yang dapat mendukung adanya penelitian ini.

Konsep Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecendrungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Terbentuknya perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stres. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan Trend dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya. Maksud dari perilaku konsumtif disini yaitu dimana seorang individu dalam menggunakan dan memanfaatkan barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan dan cenderung berlebihan dengan berbagai alasan yang tidak rasional demi mencapai kepuasan dan kesenangan. Barang-barang yang dibeli, digunakan, dan dimanfaatkan merupakan barang-barang yang dapat merawat diri, menunjang penampilan diri dan prestise.

Konsep Komunitas

Konsep komunitas diadopsi dari konsep kelompok sosial yang penulis pilih dari Charles Horton Cooley dengan konsepnya yaitu kelompok primer. Kelompok primer adalah kelompok yang hubungan antara anggotanya sangat akrab dan bertatap muka dalam arti saling mengenal kepribadian masing-masing. Di dalam kelompok primer, seperti keluarga, klik, atau sejumlah sahabat, hubungan-hubungan sosial cenderung bersifat santai.

Komunitas dapat dikatakan sebagai kelompok primer, hal ini didasari oleh pengertian diatas. Pola hubungannya yang lebih santai, bersifat sukarela, berjenjang waktu lama, dan terikat dalam sebuah kesadaran. Komunitas itu bukanlah sekedar kumpulan orang yang hidup bersama, tetapi satu kesatuan dari orang-orang yang hidup bersama menurut pola relasi dan interaksi yang baik dan mengembangkannya.

Secara kesimpulan pengertian komunitas ialah kumpulan individu yang memiliki kesamaan dan terjadi pola interaksi didalamnya. Dalam beberapa literature, tidak ada penjelasan mengenai definisi dari sebuah komunitas. Ketika berbicara komunitas maka tidak akan terlepas dari kelompok sosial. Sedangkan komunitas fans sepak bola adalah sekumpulan orang yang menyukai satu klub yang digemarinya. Di dalam komunitas tersebut terdapat struktur, pola interaksi yang bersifat dan santai dan sukarela, adanya kegiatankegiatan untuk bertatap muka secara rutin, dan memberikan dampak yang signifikan terhadap klub yang digemarinya. Fans akan semakin kuat, semakin besar ketika bergabung dengan fans lainnya dan membentuk sebuah fans klub.

- **Konsep Gaya Hidup**

Gaya hidup (lifestyle) secara sosiologis (dengan pengertian terbatas) merujuk pada gaya hidup khas suatu kelompok tertentu (Featherstone 2001). Sementara dalam masyarakat modern, gaya hidup (lifestyle) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang (Chaney, 2004). Dalam masyarakat modern istilah gaya hidup mengkonotasikan individualisme, ekspresi diri, serta

kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari individualistis selera, serta rasa gaya dari seseorang. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu dalam kehidupannya, juga dapat dilihat dari aktivitas sehari-harinya dan minat apa yang menjadi kebutuhan dalam hidupnya. Gaya hidup menurut Setiadi (2008: 148) sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikir tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (Setiadi 2008).

- **Konsep Identitas Sosial**

Menurut Tajfel (1982 dalam Utami dan Silalahi 2013), identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. Identitas sosial merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang anggota kelompok atas kelompoknya yang dianggap sesuai dengan identitas yang ada pada dirinya. Keberadaannya pada kelompok akan membentuk ikatan emosi antara dirinya dan kelompoknya. Seseorang akan mengklasifikasikan diri mereka sendiri terhadap kategori sosial tertentu, misalkan umur, gender, status ekonomi sosial, ketertarikan, ketrampilan, dan lainnya. Menurut Christian et al (2012 dalam Sony Kusumasondjaja 2016) mengatakan bahwa identitas sosial dibagi menjadi tiga komponen. Pertama kognitif, identitas sosial merupakan bukti dari proses penggolongan individu yang membentuk kesadaran diri dalam menjadi anggota di komunitas virtual, dimana terdapat komponen yang sama dan berbeda dengan anggota komunitas dan bukan anggota komunitas yang lain. Kedua,

identitas sosial dilihat dari pengertian afektif yang dapat membuktikan tingkatan emosional dalam komunitas. Sedangkan yang ketiga, dilihat dari sisi evaluatif.

1.7.3 Setting Sosial

Lokasi penelitian dilakukan di kota Surabaya. Lokasi yang dipilih merupakan wilayah yang terdapat banyak kelompok suporter Bonek yang merupakan salah satu dari beberapa kelompok suporter yang terkenal fanatik dan atraktif di Indonesia. Peneliti menentukan lokasi yang akan digunakan sebagai objek penelitiannya karena Surabaya merupakan kota yang memiliki kemajuan pesat dan mudah menerima perubahan dalam bentuk apa saja. Meningkatnya pertumbuhan penduduk, dan tingginya arus urbanisasi di Surabaya menjadi salah satu faktor utama penyebab terjadinya berbagai macam fenomena. Begitu juga yang terjadi di kota besar seperti Surabaya. Surabaya mempunyai banyak tempat-tempat perbelanjaan yang memfasilitasi terjadinya perilaku konsumtif.

Sehingga perkembangan trend fashion casual di Surabaya terlihat di kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, peneliti melihat mulai bermunculan para suporter yang menerapkan fashion casual baik didalam maupun diluar pertandingan sepak bola.

1.7.4 Metode Penentuan Informan

Informan adalah seseorang yang dipilih oleh peneliti untuk memberikan informasi kepada peneliti dalam proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian juga tidak bisa langsung dengan mudah memilih subjek informan, karena dianggap belum atau kurang memenuhi kriteria yang peneliti sudah tentukan. Subjek informan yang sudah peneliti tentukan, selanjutnya akan diwawancarai oleh peneliti yang diawali dengan pengenalan diri, bahasa juga mempengaruhi awal pengenalan pada informan (Spradley, 1997).

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dalam teknik ini pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan oleh peneliti, sehingga mempermudah peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang sedang diteliti oleh peneliti, yang menjadi kepedulian dalam pengambilan sampel penelitian kualitatif adalah mendapatkan keragaman variasi data yang ada, bukan pada banyak sampel sumber data.

Untuk selanjutnya peneliti menarik subjek yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun kriteria khusus subjek yang sesuai dengan penelitian, yaitu:

1. Subjek berjenis kelamin laki-laki.
2. Subjek merupakan anggota komunitas Green Scurio
3. Subjek berdomisili di Surabaya.
4. Subjek bersedia diwawancara terkait fokus penelitian.

Kriteria khusus untuk menentukan subjek sangat dibutuhkan untuk menentukan hasil dari penelitian ini.

1.7.5 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara dan menggali data secara langsung (*indepth interview*), dan dengan menggunakan dasar pedoman wawancara (*interview guide*). Dasar yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah percakapan intensif dengan satu tujuan yang berasal dari subjek penelitian. Isi dari pedoman wawancara tersebut berkaitan dengan hal pengalaman, pendapat, dan perasaan subjek terhadap wujud perilaku konsumtif. Disamping data primer, terdapat juga data sekunder yang didapatkan dari studi pustaka, surat kabar, internet, dan lainnya. Data sekunder tersebut berguna untuk memperkaya dan menguatkan data serta memperjelas analisis itu sendiri.

Data Primer

- **Obeservasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat kondisi dan melihat realitas langsung, yang terjadi secara langsung juga di lokasi penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi atau gambaran yang diperlukan oleh peneliti berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Observasi digunakan untuk mengamati dan dilakukan pencatatan untuk memperoleh segala bentuk informasi yang ada pada

lokasi penelitian maupun objek penelitian. Dengan melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian, maka akan didapatkan data-data yang ingin didapatkan oleh peneliti atau yang menjadi fokus pada penelitian yang dilakukan.

- Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Teknik ini dilakukan dengan menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara langsung dan mendalam kepada informan dalam penelitian. Pertanyaan yang diajukan yang berkaitan langsung dengan inti topik penelitian yang telah disusun oleh peneliti. Dengan melakukan wawancara mendalam, peneliti akan mendapatkan hasil berupa informasi lengkap dan mendalam tentang permasalahan yang diangkat peneliti dari informan yang diteliti. Pertanyaan yang diajukan kepada informan dilakukan secara lisan dan tetap mengacu pada pedoman wawancara yang telah disusun sebelum melakukan wawancara. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapat data yang akan mendukung validitas hasil penelitian yang dilakukan.

Data Sekunder

- Literatur

Literatur dalam penelitian ini dapat berupa jurnal, skripsi, buku, artikel maupun referensi lainnya yang topiknya berkaitan dengan permasalahan penelitian yang digunakan oleh peneliti. Literatur digunakan oleh peneliti untuk membantu menyusun penelitian dan data digunakan sebagai rujukan dalam suatu penelitian. Literatur bisa didapatkan melalui media internet maupun tidak menggunakan internet.

- Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti melengkapi dirinya dengan buku catatan dan alat penunjang lainnya sebagai alat perekam dan dokumentasi pada saat melakukan penelitian. Alat-alat penunjang tersebut digunakan oleh peneliti agar dapat merekam setiap informasi yang bersifat verbal maupun

non verbal dengan lengkap dan rinci. Hasil dari dokumentasi nantinya dapat digunakan sebagai pendukung data yang ditulis dalam kajian penelitian di lapangan.

1.7.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat tahap pengolahan data. Pengolahan data tersebut digunakan untuk mengklarifikasi dan mengkategorikan data yang diperoleh agar dapat difokuskan sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses analisis data interaktif, proses pertama yang dapat dilakukan adalah pengumpulan data. Data kualitatif seringkali berupa kata-kata atau dialog, fenomena, foto, sikap, dan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh subjek penelitian. data tersebut didapatkan setelah melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan biasanya dilakukan dengan media *handphone* sebagai alat dokumentasi.

2. Tahap Reduksi Data

Definisi dari reduksi data adalah proses merangkum, memilih inti dari data yang didapat, memfokuskan data yang dianggap penting, dan mencari tema atau pola yang muncul dari hasil data di lapangan (Sugiyono, 2014 : 247). Reduksi data akan berlangsung secara terus-menerus selama berjalannya penelitian. Tahapan-tahapan yang terdapat dalam reduksi data adalah bagian dari kegiatan analisis, sehingga penentuan peneliti terhadap pilihan data yang akan dikode, dihapus, dan pola-pola yang sekiranya dapat diringkas, kemudian cerita dalam fenomena mana yang sekiranya dapat dikembangkan. Hal-hal tersebut merupakan pilihan-pilihan dari analisis. Dengan pilihan-pilihan tersebut, proses reduksi data akan dapat menghasilkan data yang tajam, terlihat jelas kategorinya, terarah, dan inti dari data yang didapatkan akan dapat terlihat jelas. Dengan begitu, penarikan kesimpulan akan lebih mudah dilakukan yang kemudian dapat dilanjutkan dengan proses verifikasi.

3. Penyajian Data

Langkah selanjutnya adalah penyajian data. Menurut Miles dan Huberman (1992), penyajian data adalah sekumpulan informasi yang kemudian dapat ditarik kesimpulan dan dapat dilakukan pengambilan tindakan. Dengan mencermati hasil penyajian data, akan membuat peneliti lebih mudah untuk memahami apa yang harus dilakukan.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap verifikasi dan penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam proses pengumpulan data. Kesimpulan data tersebut dilakukan dengan menarik inti dari perolehan data yang telah disajikan. Pemberian makna tersebut ditujukan untuk menggambarkan sejauh mana peneliti menginterpretasikan penelitian yang dilakukannya. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses ini yaitu melakukan pencatatan pola dan tema yang sejajar, pengkategorian, dan mencari kasus-kasus negative atau kasus yang khas seperti kasus yang berbeda atau menyimpang.

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan dasar teori milik Miles dan Huberman untuk mengkategorikan data yang terlebih dahulu telah dikumpulkan setelah melakukan *indepth interview* atau wawancara langsung kepada subjek. Kategorisasi data dilakukan untuk membuat peneliti dapat memfokuskan permasalahan penelitian sesuai dengan isu-isu yang telah disusun terlebih dahulu.