

Received : 13-06-2020
Accepted : 13-12-2020
Published : 30-01-2021

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI SUPORTER SEPAKBOLA (STUDI FENOMENOLOGI SUPORTER SEPAKBOLA ARSENAL INDONESIA REGIONAL JAKARTA)

Bagus Triharto¹, Siti Maryam²

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta

¹bagus3825@gmail.com, ²siti.maryam.upnvj@gmail.com

Abstract

This research was initiated by the author to determine how the communication being systematized in a football supporter club (or known as fans club), is Arsenal Indonesian Supporters Jakarta Region (AIS). Also, this research was initiated by the author to know how the club implementing the organizational communication system in its club society. The method of this research is using the qualitative method through the phenomenology approachment. The collecting data method is using the in-depth interview method, documentation study, and literature review. The results of this research are defined that the club is implementing the “star” system of communication and being known for implemented the system nicely. Besides, the good climate of the organization has affected the way of its communication.

Keywords : communication, communication system, organizational communication, football supporter

Abstrak

Dilatar belakang oleh keinginan peneliti dalam mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi di sebuah komunitas suporter sepakbola atau *fans club*, yaitu Arsenal Indonesian Supporters Regional Jakarta atau yang sering disebut dengan AIS, penelitian ini membahas tentang pola komunikasi apa yang digunakan oleh AIS Regional Jakarta serta bagaimana AIS Regional Jakarta menerapkan komunikasi organisasi di dalam komunitas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui metode wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil temuan yang didapat adalah AIS Regional Jakarta menggunakan pola komunikasi bintang dan menjalankan komunikasi organisasi dengan baik di dalam komunitas selain itu juga ada budaya organisasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi.

Kata Kunci : Komunikasi, Pola Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Suporter Sepakbola.

PENDAHULUAN

Signifikasi Penelitian

Sepakbola adalah olahraga nomor satu di Indonesia dan juga di dunia. Mengutip dari laman berita *online* Sindonews.com, menunjukkan bahwa Sepakbola menempati urutan pertama sebagai olahraga yang paling populer di dunia dengan jumlah penggemar sekitar 3,5 miliar atau hampir setengah dari jumlah penduduk di dunia ini, mengungguli cabang olahraga lain seperti kriket dan hoki yang menempati urutan dua dan tiga dalam peringkat olahraga terpopuler di dunia. (Sindonews.com, 9 Desember 2019)



Gambar 1. Olahraga Terpopuler

Sumber : Sindonews.com

Sebagian besar manusia di santero bumi ini menggemari sepakbola mulai dari anak-anak sampai orang tua, pria ataupun wanita. Seluruh lapisan masyarakat di negara atau dunia ini menyukainya mulai dari kalangan bawah hingga kalangan atas baik yang hanya memainkannya di lahan-lahan kosong, di lapangan sekitar tempat tinggal, hingga di stadion yang mewah nan megah ataupun mereka yang hanya menjadi

penonton. (Sindonews.com, 9 Desember 2019). Sepakbola dan suporter merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, suporter merupakan sekelompok orang yang memberikan dukungan terhadap klub kebanggaannya, dalam konteks ini ialah dukungan terhadap klub sepakbola. Keterkaitan ini semacam menjadi sebuah keharusan yang ada, tanpa adanya suporter pertandingan akan terasa hambar dan kurang menarik.

Sudah banyak sekali kelompok atau komunitas suporter yang terbentuk di dunia ini. Klub - klub sepakbola besar dunia pasti mempunyai banyak suporter yang tersebar di berbagai negara. Arsenal adalah salah satu klub sepakbola yang masuk dalam sepuluh klub dengan jumlah suporter terbesar. Mengutip dari laman berita *online* Fox Sport, menunjukan bahwa Arsenal menempati peringkat sepuluh sebagai klub yang memiliki penggemar atau suporter terbesar dengan jumlah *digital community* sebesar 77 juta berada satu peringkat di atas AC Milan yang memiliki jumlah *digital community* sebesar 42 juta. (Fox Sports, 20 Januari 2020)

AIS ini adalah kelompok suporter yang fanatik dalam mendukung tim kebanggaannya yaitu Arsenal, sama halnya dengan yang dilakukan oleh suporter lain, terkadang AIS ini juga berlebihan dalam memberi dukungan kepada tim seperti berteriak-teriak dan menyalakan *flare*, ini terlihat saat menonton pertandingan secara langsung atau pun saat nonton bareng. Ada sebuah rasa kepuasan tersendiri saat bisa mendukung kesebelasannya bertanding baik itu secara langsung di stadion atau hanya menonton di layar kaca, terlebih jika tim kebanggaannya berhasil meraih kemenangan rasa puas itu berkali-kali lipat. Seiring dengan berjalannya waktu, AIS pun menjadi sebuah hal yang diperhatikan masyarakat.

Untuk itu komunikasi organisasi sangat diperlukan untuk dipelajari dalam menjalin hubungan antar anggota dalam

sebuah organisasi. Di dalam organisasi diperlukan pula untuk saling bertanggung jawab satu sama lain, saling membantu untuk kepentingan bersama dengan begitu loyalitas akan terjalin dan mempererat tali persaudaraan yang setiap anggotanya mempunyai satu kesamaan visi dan misi.

AIS sebagai suatu kelompok organisasi atau komunitas, tentunya menerapkan pola komunikasi organisasi tertentu dengan tujuan untuk mempererat hubungan antar sesama member AIS, memperlancar jalannya segala macam kegiatan komunitas, memperkenalkan identitas dan karakter AIS sebagai salah satu komunitas pecinta klub Arsenal di Indonesia. Oleh karena itu AIS tidak menutup segala bentuk komunikasi agar publik dapat mengenal AIS lebih dalam, yaitu melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan.

Di dalam berbagai macam kegiatannya, AIS banyak mengadakan kegiatan yang bernilai positif, baik dalam sisi internal maupun eksternal. AIS adalah komunitas supporter yang menjunjung tinggi nilai-nilai sportivitas dan penuh dengan kreativitas dalam mendukung klub kebangganya serta inovatif dalam mengadakan kegiatan-kegiatan bermanfaat yang membuat AIS dapat eksis hingga saat ini. Ini semua tidak lepas dengan adanya komunikasi di dalam AIS Regional Jakarta, komunikasi yang merupakan aktivitas dasar manusia ini memiliki peran yang sentral di dalam komunitas atau organisasi.

Karena pentingnya komunikasi tidak hanya terbatas pada komunikasi secara personal saja melainkan juga pada sebuah organisasi atau komunitas. AIS menyadari betapa pentingnya arti komunikasi organisasi, karena apabila komunikasi berjalan dengan baik di dalam komunitas akan membuat komunitas itu berkembang dengan pesat begitupun saat komunikasi yang terjalin di dalam komunitas itu buruk pastinya akan berdampak buruk pula bagi komunitas. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pola Komunikasi Organisasi Suporter Sepakbola (Studi Fenomenologi Suporter Sepakbola Arsenal Indonesia Regional Jakarta)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti telah merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Pola komunikasi apa yang digunakan di dalam Arsenal Indonesia Supporters Regional Jakarta ?
2. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi di Arsenal Indonesian Supporters Regional Jakarta ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, peneliliti menyimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pola komunikasi yang digunakan di dalam Arsenal Indonesia Supporters Jakarta.
2. Untuk mengetahui implementasi komunikasi organisasi di Arsenal Indonesian Supporters Regional Jakarta.

KERANGKA TEORI

Pola Komunikasi

Menurut Effendy (2003) Pola komunikasi ialah proses yang dirancang untuk mewakili realita keterkaitannya unsur-unsur yang tercakup dengan keberlangsungannya, agar dapat mempermudah pemikiran secara logis dan sistematis

Menurut Soejanto (2001) Pola komunikasi ialah suatu gambaran atau penafsiran yang sederhana dari proses komunikasi yang melihat keterkaitan diantara komponen-komponen komunikasi.

Menurut Robbins (2009 : 134) terdapat 5 macam pola komunikasi yang biasa digunakan dalam berkomunikasi, yaitu :

a. Pola lingkaran

Menurut Stephen P. Robbins pola komunikasi lingkaran adalah adanya sebuah interaksi atau komunikasi pada setiap tiga tingkatan hirarki, tetapi tidak adanya interaksi yang berkelanjutan dengan hirarki yang lebih tinggi. Contohnya komunikasi yang terjadi antara sesama bawahan dengan atasannya secara langsung (komunikasi berjenjang).

b. Pola Roda

Menurut Stephen P. Robbins pola komunikasi roda adalah sebuah sistem jaringan komunikasi yang membuat semua instruksi, perintah kerja, kepengawasan dan laporan terpusat kepada satu orang yang menjadi pemimpin dengan empat bawahan atau lebih dan tidak ada komunikasi yang terjadi antara sesama bawahan lainnya.

c. Pola Rantai

Menurut Stephen P. Robbins pola komunikasi rantai disini mempunyai lima tingkatan pada jenjang hirarkinya dan dikenal dengan sistem komunikasi arus kebawah (downward) dan arus ke atas (upward) saja dan begitu pula sebaliknya. Artinya model atau pola tersebut menggunakan hubungan komunikasi garis langsung (komando) baik ke atas maupun ke bawah tanpa terjadi penyimpangan.

d. Pola Bintang atau Semua Saluran

Menurut Stephen P. Robbins pola komunikasi bintang ini seluruh tingkatan dalam jaringan ini bisa melakukan komunikasi atau interaksi timbal balik tanpa melihat siapa tokoh sentralnya. Dan setiap staff atau bawahan bebas dan tidak dibatasi dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan berbagai pihak baik dengan pimpinan maupun staff atau anggota lainnya.

e. Pola Y

Menurut Stephen P. Robbins pola komunikasi Y ini memiliki empat level jenjang hirarki, satu supervisor memiliki dua bawahan dan dua atasan yang mungkin berbeda departement atau divisi.

Komunikasi Organisasi

Mengenai organisasi, salah satu definisi yang menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan atau system individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupa mencapai tujuan yang ditetapkan secara bersama. Dengan landasan konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang diuraikan, komunikasi organisasi menurut Gold Halber dalam Muhammad (2008 : 67) yaitu proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah – ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling ketergantungan, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

A. Ruang lingkup komunikasi organisasi

Dalam kaitannya dengan kegiatan suatu perusahaan selalu berkaitan dengan komunikasi internal dan eksternal. Rosenblatt, et al (Neni. 2007:5) menyatakan bahwa komunikasi organisasi dalam kaitannya selalu meliputi dua ruang lingkup diantaranya internal communication dan eksternal communication. Komunikasi internal yaitu komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berada dalam suatu perusahaan. Sedangkan komunikasi eksternal yaitu komunikasi yang terjadi antara organisasi disatu pihak-pihak yang berada diluar organisasi.

Dengan ini pola transformasi informasi komunikasi organisasi dalam aktivitasnya berbentuk :

1. Komunikasi internal

a. Alur komunikasi vertikal dari atas kebawah (*downward communication*).

Proses komunikasi yang berlangsung dari tingkatan tertentu dalam suatu kelompok atau organisasi ketingkatan yang lebih rendah yang disebut downward communication. Pola ini digunakan oleh para pemimpin untuk

mencapai tujuannya, seperti memberikan instruksi kerja, menginformasikan suatu peraturan dan prosedur-prosedur yang berlaku pada bawahannya.

b. Alur komunikasi vertikal dari bawah ke atas (*upward communication*).

Kegiatan komunikasi dari bawahan untuk menyampaikan ide, keterangan, pendapat dan pernyataan lainnya kepada pemimpin dengan maksud untuk mempengaruhi tingkah laku dan keputusan pemimpin. Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi keatas sama banyaknya dengan komunikasi kebawah.

c. Alur komunikasi horizontal atau komunikasi kesamping (*horizontal communication or lateral communication*).

Komunikasi horizontal atau mendatar adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Komunikasi horizontal ini terjadi di antara kelompok kerja yang sama atau sesama staff yang sederajat.

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi merupakan suatu yang sangat penting dalam manajemen organisasi, yang pada hakekatnya adalah untuk mencapai suatu tujuan melalui orang lain. Oleh karena itu komunikasi yang efektif penting dalam kegiatan organisasi. Dan komunikasi eksternal hanya dilakukan dengan orang yang berada di luar organisasi.

B. Fungsi Komunikasi Organisasi

Komunikasi mempunyai andil membangun iklim organisasi, yang berdampak pada pembangunan budaya organisasi, yaitu nilai dan kepercayaan yang menjadi titik pusat organisasi.

Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi sebagai berikut :

Informatif

Menurut fungsi informatif, organisasi dipandang sebagai sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, suatu anggota dalam organisasi berharap dapat memperoleh

informasi yang lebih banyak dan tepat waktu. Bagi tatanan manajemen, informasi digunakan untuk membuat kebijakan organisasi ataupun mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Adapun bagi bawahan informasi dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan, jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan dan sebagainya.

Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan berlaku dalam organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu :

a) Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan, juga memberi perintah atau instruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana mestinya.

b) Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan keputusan peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilakukan.

Persuasif

Fungsi ini berkaitan dengan upaya persuasif pimpinan kepada bawahannya daripada memberi perintah. Hal ini disebabkan pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan memberikan hasil yang lebih besar dibandingkan pekerjaan yang dilakukan di bawah kekuasaan dan kewenangan pemimpin.

Integratif

Fungsi ini berkaitan dengan usaha organisasi untuk menyediakan saluran yang memungkinkan anggota atau karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu sebagai berikut :

1) Saluran komunikasi formal, seperti penerbitan buletin, *newsletter*, dan laporan kemajuan organisasi.

2) Saluran komunikasi informal, seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi lebih besar dalam diri karyawan atau anggota terhadap organisasi.

C. Hambatan komunikasi organisasi

Komunikasi tidak selamanya berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat menjadi penghambat penghalang dalam komunikasi. Hal ini dapat pula terjadi pada komunikasi yang bersifat kompleks seperti dalam organisasi. Menurut Wiryanto (2005), bahwa hambatan dalam komunikasi dapat dibedakan mejadi enam macam, yaitu

1. Rintangan yang bersifat teknis, antara lain :
 - a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam organisasi.
 - b. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif.
2. Rintangan perilaku, seperti :
 - a. Pandangan yang bersifat apiori
 - b. Prasangka yang didasarkan kepada emosi
 - c. Suasana yang otoriter
 - d. Ketidakmauan untuk berubah
 - e. Sifat yang ego-sentris
3. Rintangan Bahasa

Rintangan bahasa yang dimaksud di sini adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam penyampaian berita, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik dan sebagainya. Bahasa yang dipergunakan menunjukkan tingkat intelektualitas seseorang, sehingga orang cenderung menggunakan bahasa yang tinggi, tanpa menghiraukan kemampuan orang yang diajak bicara, sehingga menimbulkan salah pengertian (*miscommunication*).

4. Rintangan Struktur

Rintangan struktur dapat disebut juga rintangan organisasi, yaitu rintangan yang disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan pekerjaan atau tugas dalam suatu organisasi. Kadang0-kadang seorang bawahan

merasa takut, atau merasa malu apabila berinteraksi dengan pimpinannya bila pimpiannya yang bersangkutan adalah seorang yang berwibawa dan disegani. Karena adanya rasa malu itu, maka komunikasi antara bawahan dengan atasan tidak dapat berjalan dengan lancar.

5. Rintangan Jarak

Rintangan jarak disebut juga rintangan geografis. Dari segi jarak atau geografis, komunikasi akan lebih mudah berlangsung apabila antara kedua belah pihak yang sedang mengadakan interaksi itu berada di suatu tempat yang tidak berjauhan. Akan tetapi, tidak selamanya para karyawan atau pegawai itu berada di suatu tempat tertentu. Apabila organisasi mempunyai cabang-cabang yang tersebar diberbagai tempayt atau wilayah komunikasi dalam organisasi itu mengalami kesulitan apabila tiadak ditunjang dengan peralatan komunikasi yang memadai. Hal ini mengakibatkan keterlambatan berita yang disampaikan.

6. Rintangan Latar Belakang

Setiap orang mempunyai latar belakng yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang dapat menimbulkan suatu rintangan dalam proses komunikasi, rintangan latar belakang dapat dibedakan menjadi :

- a. Latar belakang pendidikan
- b. Latar belakang sosial

Budaya Organisasi

Sebuah organisasi atau perusahaan memiliki budaya masing-masing. Budaya organisasi merupakan sistem penyebaran kepercayaan dan nilai-nilai yang berkembang dalam suatu organisasi dan mengarahkan perilaku anggota-anggotanya. Budaya organisasi dapat menjadi instrument kenggulan koompetitif yang utama, yaitu budaya organisasi mendukung strategi organisasi.

Robbins mendefinisikan budaya organisasi sebagai suatu sistem makna yang dianut oleh anggota-anggota yang

membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lain. Achmad mengatakan bahwa budaya organisasi adalah keyakinan dan nilai bersama yang memberikan makna bagi anggota suatu institusi dan menjadikan keyakinan dan nilai tersebut sebagai aturan atau pedoman berperilaku di dalam organisasi (Achmad 2007 : 131)

Secara garis besar budaya organisasi dapat dipahami sebuah sistem nilai yang dianut bersama mengenai hal-hal yang penting dan merupakan sebuah keyakinan-keyakinan tentang bagaimana cara kerja suatu organisasi. Dengan cara ini, budaya organisasi memberikan suatu kerangka kerja yang menata dan mengarahkan perilaku anggota organisasi.

Suporter

Suporter adalah suatu kelompok yang hilang ingatan atau biasa dikatakan amnesia dan tergabung di dalam kesamaan pemahaman atau pemikiran. Menurut Chols kata suporter diambil dari kata kerja di dalam bahasa Inggris support dan akhiran -er To support memiliki arti mendukung, dan imbuhan akhiran -er mengartikan sebagai pelaku. Suporter bisa didefinisikan orang yang memberi dukungan, dalam hal ini adalah memberi semangat kepada tim yang ia cintai dengan secara langsung datang ke tempat pertandingan atau secara tidak langsung melalui media seperti televisi.

Hornby (2000) mendefinisikan suporter ialah seseorang yang memberikan dukungan kepada sebuah kelompok atau pemikiran. Alwi dkk (2005) mendefinisikan suporter adalah orang yang memberikan, sokongan, dukungan dalam sebuah pertandingan. Alwi (2005) mendefinisikan pendukung adalah orang memberikan dukungan, menyokong, dan menunjang.

Kerangka Berpikir



METODE RISET

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif agar peneliti memperoleh gambaran terhadap suatu fenomena berdasarkan kaidah keilmuan yang mendukung topik penelitian. Menurut Creswell dalam Indrawati (2018), Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang bergantung pada data teks atau gambar, dimana metode ini memiliki langkah-langkah penganalisisan data yang unik. Serta menarik kesimpulan berdasarkan desain yang berbeda. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi.

Studi fenomenologi digunakan oleh peneliti untuk mendeskripsikan suatu fenomena berdasarkan pengertian dan pemahaman narasumber, dengan memaknai fenomena tersebut berdasarkan wawasan dan psikologis yang tertanam. Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan pada fokus terhadap pengalaman-pengalaman subjektif manusia dan interpretasi-interpretasi dunia. (Sugiyono. 2017 : 15).

Penentuan Informan

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam penentuan sampel (narasumber).

Tabel 3.1 Informan

NO	NAMA NARASUMBER	JABATAN NARASUMBER
<i>INFORMAN</i>		
1	Heryan	Ketua AIS Regional Jakarta
2	Dicky Salmadi	Wakil Ketua AIS Regional Jakarta
3	Muhammad Arief	Humas AIS Regional Jakarta
4	Ardhani	Anggota AIS Regional Jakarta
5	Andi Setiabudi	Anggota AIS Regional Jakarta

PEMBAHASAN

Setelah penulis mengumpulkan data berupa wawancara terhadap informan serta pihak-pihak yang terkait, penulis akan melakukan pembahasan dengan cara menganalisis dan membandingkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, apakah hasil yang didapat dan

konsep yang digunakan dalam penelitian ini sesuai.

Komunikasi organisasi di AIS Regional Jakarta

Menurut Gold Halber dalam buku Muhammad (2008 : 67) Komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah (*the flow of message within a network of interdependent relationship*). Konsep tersebut sesuai dengan keadaan AIS Regional Jakarta, dimana komunikasi yang terjalin di internal AIS Regional Jakarta dalam aktivitas komunitas terjadi pertukaran pesan antara sesama pengurus atau anggota AIS Regional Jakarta dalam menjalankan komunitas. Dalam pelaksanaannya AIS Regional Jakarta mengupayakan para pengurus dan anggota memperhatikan bagaimana pesan itu dapat disampaikan dengan baik dan struktural.

Bagi AIS Regional Jakarta pentingnya komunikasi dalam organisasi selaras dengan konsep menurut Robbins dalam Soemirat (1999 : 213) bahwa komunikasi merupakan hal yang penting dalam hal penyusunan rencana kerja atau kegiatan, pembagian dalam mencapai tujuan. AIS Regional Jakarta terbukti dalam segala kegiatannya dalam pengambilan keputusan selalu melibatkan komunikasi dengan manajemen atau pengurus komunitas.

A. Ruang lingkup komunikasi organisasi di AIS Regional Jakarta

Dalam kaitannya dengan suatu kegiatan suatu perusahaan atau komunitas selalu berkaitan dengan komunikasi internal dan eksternal. Menurut Rosenblatt, all (Neni. 2007:5) menyatakan bahwa komunikasi organisasi dalam kegiatannya selalu meliputi dua ruang lingkup diantaranya internal

communication dan eksternal communication. Konsep tersebut sesuai dengan keadaan di AIS Regional Jakarta yang menjalankan dua jenis komunikasi tersebut dimana komunikasi internal dibagi dalam tiga alur yaitu alur komunikasi vertikal dari atas ke bawah (*downward communication*), alur komunikasi vertikal dari bawah ke atas (*upward communication*) dan alur komunikasi horizontal.

1. Komunikasi internal

a) Komunikasi vertikal dari atas ke bawah (*downward communication*)

Kegiatan komunikasi organisasi AIS Regional Jakarta berjalan dengan lancar dan sesuai dengan alur dan struktur yang ada di AIS Regional Jakarta. Komunikasi antara atasan dengan bawahan atau komunikasi vertikal (ketua, wakil ketua dengan para pengurus dibawahnya) terlihat saat kegiatan rapat yang diadakan setiap bulannya atau menjelang adanya sebuah *event*, pada umumnya berjalan secara formal apabila melibatkan pengurus saja, apabila melibatkan anggota maka bersifat informal ini dimaksudkan agar tidak kaku, karena ini komunitas suporter bukan sebuah perusahaan. Rapat rutin tersebut diadakan untuk menjalin komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, instruksi kerja atau kegiatan serta evaluasi biasanya terjadi dalam agenda tersebut.

b). Komunikasi vertikal dari bawah ke atas (*upward communication*)

Sama halnya dengan komunikasi vertikal dari atas ke bawah (*downward communication*) jalannya komunikasi dari bawahan ke atasan juga berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan alur yang ada di AIS Regional Jakarta. Komunikasi dari bawahan ke atasan ini terlihat saat terjadinya rapat dimana bawahan memberikan masukan yang berupa saran atau kritik kepada atasan dalam rapat yang diadakan setiap bulannya atau menjelang ada event itu. Saran atau kritik yang dilontarkan nantinya akan menjadi

bahan pertimbangan dalam penyusunan rencana dan pengambilan keputusan.

c) Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal atau komunikasi yang terjalin sesama anggota AIS Regional Jakarta sesuai dengan konsep yang penulis uraikan dimana dalam komunikasi yang terjalin sesama anggota berlangsung dengan informal. Intensitas komunikasi dan tatap muka yang terjadi cukup sering membuat komunikasi ini berlangsung tidak kaku. Komunikasi horizontal di dalam AIS Regional Jakarta terbukti mendukung keberhasilan AIS Regional Jakarta dalam mencapai tujuannya.

2. Komunikasi eksternal

Sebagai sebuah komunitas suporter sepakbola, AIS Regional Jakarta juga melakukan komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal yang merupakan komunikasi yang terjadi antara organisasi disatu pihak dengan pihak yang berada di luar organisasi.

Berdasarkan pengertian atau konsep diatas ini sesuai dengan yang ada di AIS Regional Jakarta dimana AIS Regional Jakarta menjalin komunikasi dengan komunitas suporter lain melalui forkas (forum komunikasi antar suporter) selain forkas AIS Regional Jakarta juga melakukan kegiatan komunikasi eksternal dengan mengadakan program donor darah yang terbuka untuk umum. Dalam menjalankan komunikasi eksternal AIS Regional Jakarta biasa dilakukan oleh divisi humas komunitas.

B. Fungsi komunikasi organisasi di AIS Regional Jakarta

Sebuah komunitas suporter sepakbola ini menjalankan fungsi komunikasi dalam organisasinya dengan baik seperti yang sudah diuraikan penulis dalam hasil penelitian terlihat bahwa komunikasi AIS Regional Jakarta menjalankan empat fungsi komunikasi organisasi menurut Sendjaja dalam Burhan (2009 : 165) yaitu fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif dan fungsi

integratif, namun dalam pelaksanaannya AIS Regional Jakarta hanya menjalankan tiga fungsi yaitu diantaranya :

a. Fungsi Informatif dalam pengelolaan arus informasi AIS Regional Jakarta

Seperti yang sudah penulis uraikan dalam hasil penelitian, AIS Regional Jakarta menjalankan fungsi informatif di dalam komunitas yaitu sebagai sarana penyebaran informasi dalam internal maupun eksternal AIS Regional Jakarta.

b. Fungsi regulatif sebagai pengontrol perilaku anggota AIS Regional Jakarta

Fungsi regulatif yang merupakan fungsi yang berkaitan dengan peraturan-peraturan di dalam organisasi ini terlihat pada AIS Regional Jakarta sebagai segala bentuk peraturan di AIS Regional Jakarta lebih menekankan pada aspek struktural, aspek struktural ini yaitu pada nilai dan budaya yang ada di AIS Regional Jakarta seperti komunikasi dan interaksi sosial yang berlandaskan pada rasa kekeluargaan. Sebagai tolak ukur yang menjadi pengontrol atas komunikasi yang terjalin di dalam AIS Region Jakarta apakah sudah sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku.

c. Implementasi fungsi persuasif dalam penunjang kegiatan AIS Regional Jakarta.

Seperti yang sudah penulis uraikan dalam hasil penelitian, AIS Regional Jakarta menjalankan fungsi persuasifnya dengan upaya membujuk atau mempengaruhi anggota AIS Regional Jakarta dalam menjalankan kegiatan sehingga tidak merasa ada paksaan atau merasa nyaman dalam mengikuti kegiatan komunitas dan dapat mencapai tujuan AIS Regional Jakarta.

d. Implementasi fungsi Integratif sebagai penunjang kegiatan AIS Regional Jakarta

Fungsi yang berkaitan dengan usaha organisasi untuk memberikan sarana bagi anggota dalam melaksanakan tugasnya

dengan baik ini sudah berjalan di dalam komunitas, pihak dari jajaran pengurus AIS Regional Jakarta berusaha untuk menumbuhkan rasa keinginan untuk turut berpartisipasi lebih besar dengan cara mengadakan fun futsal setiap minggunya, nongkrong-nongkrong bareng diluar kegiatan komunitas dan gathering yang dilakukan dengan menyesuaikan agenda komunitas. Akan tetapi hal ini tampaknya belum membuahkan hasil yang maksimal karena tingkat partisipasi anggota dalam kegiatan masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan anggota komunitas, hal ini disinyalir akibat dari performa tim Arsenal yang akhir-akhir ini sedang kurang baik yang terus menurus menelan kekalahan membuat rasa antusias para anggota AIS menjadi menurun.

C. Hambatan komunikasi di AIS Regional Jakarta

Komunikasi tidak selamanya berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat menjadi penghambat penghalang dalam komunikasi. Hal ini dapat pula terjadi pada komunikasi yang bersifat kompleks seperti dalam organisasi. Menurut Wiryanto (2005), bahwa hambatan dalam komunikasi dapat dibedakan mejadi enam macam, yaitu rintangan yang bersifat teknis, rintangan perilaku, bahasa, struktur, jarak dan latar belakang.

Namun dalam penelitian ini penulis hanya menemukan satu rintangan dalam komunikasi AIS Regional Jakarta yaitu hambatan waktu. Waktu untuk mengumpulkan seluruh pengurus dan anggota untuk menjalin komunikasi secara lingkup besar internal AIS Regional Jakarta. Tetapi selama ini AIS Regional Jakarta tetap menjaga agar komunikasi yang dijalin dalam hubungan internal maupun eksternal tetap berjalan tanpa hambatan.

Pola komunikasi yang diterapkan AIS Regional Jakarta

Menurut Robbins (2009 : 134) mengatakan bahwa ada lima macam pola komunikasi yang biasa digunakan dalam berkomunikasi yaitu : pola lingkaran, pola roda, pola rantai, pola bintang dan pola y. Dalam pelaksanaannya pola komunikasi yang terjadi dan digunakan di AIS Regional Jakarta adalah pola komunikasi bintang. Pola komunikasi bintang adalah pola komunikasi yang seluruh tingkatan dalam jaringan bisa melakukan komunikasi atau interaksi timbal balik tanpa melihat siapa tokoh sentralnya. Dan setiap staff atau bawahan bebas dan tidak dibatasi dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan berbagai pihak baik dengan pimpinan maupun staf atau anggota lainnya.

Berdasarkan konsep yang diuraikan Robbins tersebut sesuai dengan keadaan yang ada di AIS Regional Jakarta dimana terjalinnya komunikasi atau pertukaran pesan diantara para pengurus dan anggota tanpa harus terpaku kepada satu orang saja. Semua pihak yang ada di dalam AIS Regional Jakarta dapat bebas berkomunikasi dengan siapapun baik komunikasi secara vertikal (downward atau upward) maupun horizontal.

KESIMPULAN

a. Kegiatan komunikasi organisasi AIS Regional Jakarta secara internal maupun eksternal berjalan dengan baik tanpa hambatan yang berarti, dengan menjalankan empat fungsi komunikasi organisasi yaitu fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif dan fungsi integratif yang sesuai dengan alur dan struktur yang ada di AIS Regional Jakarta.

Komunikasi antara atasan dengan bawahan atau komunikasi vertikal terlihat saat kegiatan rapat yang diadakan setiap bulannya atau menjelang adanya sebuah event, pada umumnya berjalan secara formal apabila

melibatkan pengurus saja, apabila melibatkan anggota maka bersifat informal. Kemudian untuk komunikasi horizontal pada umumnya berjalan secara informal.

b. Pola komunikasi yang terbentuk dan diterapkan di AIS Regional Jakarta merupakan hasil dari kegiatan komunikasi yang berlangsung secara terus menerus dan berulang yang kemudian membentuk perilaku yang tetap. Berdasarkan jumlah dan karakternya komunikasinya penelitian ini menggunakan kajian komunikasi organisasi sebagai dasar pola komunikasi AIS Regional Jakarta.

Merujuk pada pada konsep pola komunikasi yang diungkapkan Robbins, Jenis pola komunikasi yang dijalankan oleh AIS Regional Jakarta termasuk ke dalam pola komunikasi bintang dimana terjalinnya komunikasi atau pertukaran pesan diantara para pengurus dan anggota tanpa harus terpaku kepada satu orang saja. Semua pihak yang ada di dalam AIS Regional Jakarta dapat bebas berkomunikasi dengan siapapun baik komunikasi secara vertikal (downward atau upward) maupun horizontal.

REFERENSI

Sumber Buku :

- Arni, Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Budi, Rayusdawati. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makasar : Kretekupa Print.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*, Penerjemah Agus Maulana. (Edisi ke – 5). Pamulang : Karisma Publising Grup.
- Effendy, Uchyana Onong. 2003. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.

- Indrawati. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif : Manajemen dan Bisnis Konvergensi, Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung : PT. Refika.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT. Alfabeta.

Sumber Online :

<https://www.ID-Arsenal.com> (diakses pada 5 Oktober 2019)