

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sepak bola Indonesia dimulai sejak tahun 1914 saat Indonesia masih dijajah oleh pemerintah Hindia Belanda. Kompetisi antar kota di Jawa tersebut hanya dijuarai oleh dua tim atau didominasi dua tim saja, yaitu Batavia City, Soerabaja City.

(https://www.kompasiana.com/totokl/sepakbola-sejarah-sepak-bola-indonesia_55123bbf8133118254bc6263 diakses pada 20 Februari 2018).

Masuknya sepak bola ke Indonesia memang tidak terlepas dari peran bangsa lain yang telah melakukan penjajahan atau perdagangan di wilayah Indonesia. Sepak Bola di Indonesia, sudah sangat melekat dalam kehidupan di masyarakat sejak dulu, bahkan ada yang mengatakan kalau bola dapat menyatukan orang yang berbeda wilayah, bahasa, ataupun agama (Purnomo, Skripsi 2011: 4) Dengan sepak bola masyarakat yang tidak saling mengenal pun dapat bersatu dalam satu stadion, hanya untuk mendukung klubnya bermainnya di stadion.

Adanya keyakinan dan kepercayaan yang lebih terhadap bola, seperti datang ke stadion menjadi tempat yang sakral yang wajib dipertahankan melalui yel-yel, dukungan, dan teriakan fanatisme saat pertandingan, membuat sepak bola seakan jadi “agama” baru di Indonesia. Menonton sepak bola adalah sebuah kewajiban, ibarat ibadah yang tak boleh ditinggalkan. Sepak bola di Indonesia, awalnya hanya sebuah alat kesenangan, namun mampu membentuk komunitas dan menjadi alat perjuangan di masa pra-kemerdekaan. Kemudian menjadi olahraga yang dicintai pasca kemerdekaan, hingga sekarang, meskipun kering prestasi di level internasional.

Situs most-popular.net (20 Februari 2018) berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Fédération Internationale de Football Association (FIFA) pada tahun 2001 menyatakan bahwa sepakbola adalah olahraga paling populer dimainkan hari ini. Survei ini menunjukkan bahwa lebih dari 240 juta orang memainkan olahraga sepakbola di lebih dari 200 negara di hampir setiap bagian dari dunia, telah menarik begitu banyak orang untuk menjadi suporternya dengan fanatisme yang sangat kental. Kepopuleran sepak bola bisa membuat orang menjadi fanatis.

Bill Murray mengatakan bahwa sepak bola selalu mengandung emosi dan fanatisme. Sifat fanatisme sepak bola adalah unik karena orang yang berada di dalamnya rela untuk membela tim kesayangannya dengan pengorbanan yang tidak kecil, baik tenaga dan dana. (Bayu, Jurnal Vol. 10, No. 2, Oktober 2013)

Fanatisme ini yang kemudian mendorong supporter sepak bola untuk

mengorganisir dirinya serta melakukan berbagai aksi yang mencolok sebagai manifestasi dari fanatisme tersebut. Di Indonesia Fans sepak bola ini sangat terkenal Loyal, dan setia, bahkan mempunyai sebutan masing-masing.

Salah satu klub terbesar yang memiliki suporter terbanyak di Indonesia adalah Persib Bandung, Tidak itu saja, dalam pooling dari situs (<http://www.thetoptens.com/biggest-footballsupporters-indonesia/> diakses 22 Feb 2018). Persib Bandung adalah klub dengan suporter terbanyak ketiga setelah Real Madrid dan Barcelona. Persib Bandung selalu punya tempat istimewa di hati bolamania nasional. Kekaguman dan kecintaan mereka, para penggila sepakbola nasional, menyebar ke seantero negeri. Melewati batas wilayah Bandung dan Jawa Barat, tempat jagoan Bandung dibidani. Kemegahan sepak bolanya tidak mampu ditepis.

Secara sosio-antropologis, dalam wujud praktis, menurut Anung Handoko (2008: 14) membagi penonton menjadi dua golongan. Pertama, penonton yang murni ingin menikmati permainan cantik saja, tidak peduli dari tim mana pun, dan kedua, adalah penonton yang berpihak pada tim tertentu. Mereka dengan sangat kreatif membuat jargon-jargon tertentu untuk menamai kelompoknya. Dan yang kedua inilah yang dinamakan suporter sejati dan fanatik. Atas dasar fanatisme, mereka sering berlebihan dalam mendukung tim kesayangan. Baik dengan cara yang sopan sampai dengan cara yang brutal sekali pun. Fakta paling nyata bisa dilihat setiap Persija Jakarta menggelar pertandingan kandang di Senayan. Suporter The Jak Mania selalu mendapat

perhatian ekstra keras oleh aparat kepolisian. Razia minuman keras, benda tajam, sampai senjata api hampir rutin dilakukan. Itu semata diterapkan guna mencegah tawuran yang selalu terjadi pasca pertandingan (Simon dan Stefan, 2010 : 14).

Noda-noda seperti itu masih terus menghiasi wajah sepak bola Indonesia. Ulah Oknum suporter Persib yang menewaskan suporter lain Sungguh miris menyaksikan adegan kekerasan dan tindak anarkis itu, meski hanya lewat layar kaca. Kekerasan itu bukan pertama kali terjadi. Di waktu-waktu sebelumnya kekerasan itu selalu datang silih berganti. Kekerasan seolah menjadi penyerta yang tak bisa dihindari dalam dunia persepakbolaan Tanah Air.

Dari fenomena di atas jelas sangat erat kaitannya dengan akhlak bangsa ini. Suporter sendiri sejatinya adalah suatu organisasi. Perlu adanya pembinaan agar organisasi tersebut dapat berprestasi, yang salah satunya adalah pembinaan akhlak bagianggotanya.

Akhlak berasal dari kata “akhlaq” yang merupakan jama’ dari “khulqu” dari bahasa Arab yang artinya perangai, budi, tabiat dan adab. Akhlak diartikan sebagai ilmu tata krama. Menurut Barnawi (1993: 196), Ilmu yang berusaha mengenal tingkah laku manusia, kemudian member nilai kepada perbuatan baik atau buruk sesuai dengan norma- norma dan tat susila. Akhlak itu terbagi dua yaitu Akhlak yang Mulia atau Akhlak yang Terpuji (Al-Akhlakul Mahmudah) dan Akhlak yang Buruk atau Akhlak yang Tercela (Al-Akhlakul Mazmumah).

Menurut Yana (wawancara pribadi, 27 Februari 2018), bobotoh adalah sebutan untuk komunitas pendukung (suporter) klub Persib Bandung, yang di naungi oleh komunitas Viking Persib Club, sebenarnya tidak hanya viking saja, banyak komunitas lain yang menyebut dirinya fans Persib. Tapi dalam kasus ini penulis akan Fokus terhadap Viking Persib Club (VPC). Viking tidak termasuk dalam struktur organisasi PT Persib Bandung Bermartabat (PBB), melainkan berdiri sendiri sebagai organisasi independen pendukung Persib. Oleh karena itu viking selalu mandiri dalam segala urusan dan pembiayaannya. Sebenarnya karena fans Persib Bandung tidak hanya satu, dan sebutannya pun tidak hanya Viking, merupakan basis suporter sepakbola terbesar di Indonesia. Bukan hanya terbesar namun Viking juga dikenal sebagai kelompok suporter terbaik yang ada di Indonesia.

Bobotoh Persib juga, pernah mengalami masa kelam dimana mereka dihukum oleh PSSI, tidak boleh datang mendukung Persib bermain (<https://www.bola.com/indonesia/read/3039713/komdis-pssi-hukum-persib-tanpa-bobotoh-dalam-5-pertandingan> yang diakses 20 Feb 2018), karena sebelumnya sering terjerat tawuran dengan Fans sepak bola lainnya, terutama Fans sepak bola Persija Jakarta, Memang kedua klub ini sudah sangat terkenal dengan rivalitasnya, tidak sedikit pertandingan yang dilakukan diakhiri dengan tawuran

Setelah timbul kesadaran untuk menunjukkan bahwa mendukung kesebelasan kesayangannya tak harus dengan pandangan sempit (chauvinisme

lokal), Bobotoh mulai berbenah diri dan mulai merubah imejnya, tidak hanya damai, sportif, loyal, tapi juga atraktif (Yana, Wawancara 27 Februari 2018) Sebagai salah satu pelopor kelompok suporter sepak bola nasional dan dikukuhkan dengan anugerah suporter terbaik oleh Menpora dan suporter terbaik dalam piala presiden tahun 2016, 2017, dan 2018, bobotoh telah membuktikan eksistensinya dalam membangun warna suporter sepak bola nasional.

Dalam suatu organisasi seperti Viking Persib Club, komunikasi jelas sangat penting sekali perannya. Mereka mempunyai anggota kelompok yang sangat banyak dan luas, sehingga tak mudah bagi mereka untuk mengkoordinir “pasukannya”. Komunikasi organisasi adalah pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Ada empat tipe komunikasi yang biasa terjadi dalam organisasi yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal dan komunikasi informal. Pandangan pimpinan organisasi terhadap organisasi akan mempengaruhi arus komunikasi dalam organisasi (Deddy, 2007 : 77).

Teori hubungan manusia memandang komponen manusia sangat penting dalam organisasi dan karena itu, mereka menekankan pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. Berdasarkan hal itu berbagai bentuk komunikasi dikembangkan, baik komunikasi kepada bawahan, kepada atasan, horizontal, dan komunikasi informal. Dengan adanya berbagai

bentuk komunikasi yang dominan dalam organisasi memungkinkan kebutuhan-kebutuhan manusia dalam organisasi terpenuhi.

Viking Persib Club memerlukan sebuah pembinaan yang ekstra untuk menyatukan dukungan. Di sinilah pentingnya dibentuk kepengurusan berupa manajemen organisasi Viking Persib Club. Dengan adanya komunikasi yang baik antar pengurus, suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka (Kohler 1981).

Oleh karena itulah peneliti menuangkan tema penelitian ini ke dalam sebuah skripsi yang diberi judul “Komunikasi Dakwah Organisasi Suporter Persib Bandung dalam Pembinaan Akhlak Anggota.”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan, bahwa ini permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk komunikasi dakwah organisasi Suporter persib dalam pembinaan akhlak anggota?
2. Bagaimana pesan komunikasi dakwah organisasi suporter persib Bandung dalam pembinaan akhlak anggota ?

3. Faktor apa yang mempengaruhi komunikasi dakwah organisasi persib Bandung dalam pembinaan akhlak anggota ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk komunikasi dakwah viking persib club dalam pembinaan akhlak anggota?
2. Untuk mengetahui bagaimana pesan komunikasi dakwah organisasi suporter persib bandung dalam pembinaan akhlak anggota ?
3. Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi komunikasi dakwah organisasi persib Bandung dalam pembinaan akhlak anggota ?

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Keberadaan Viking Persib Club sebagai suporter teladan di Indonesia mampu memberikan warna baru. Dari perspektif komunikasi, manfaat penelitian ini yaitu kita dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi organisasi melalui konsep yang diterapkan di tubuh Viking karena mampu menampilkan organisasi yang kondusif. Sedangkan dari perspektif Dakwah, kita akan mengetahui dan memperkaya kajian ilmu dakwah melalui aktifitas keagamaan yang berada di

kalangan suporter seperti Viking dalam proses pembinaan moral anggota ke arah yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan dan menambah wawasan khususnya bagi kalangan teoritis, praktisi, dan aktivis organisasi. Selain itu diharapkan pula menjadi sumber inspirasi bagi para suporter di tanah air lainnya agar mampu berlomba-lomba menjadi yang terbaik di pinggir lapangan. Peneliti mengharapkan perhatian yang lebih dari masyarakat dan merubah persepsi mereka terhadap tindakan negatif para suporter sepakbola. Sehingga manfaat luas yakni menciptakan iklim organisasi positif yang merata di setiap organisasi suporter Indonesia.

1.4 Landasan Pemikiran

Zakiyatul Fahiroh dengan judul Pelaksanaan Dakwah Organisasi Persatuan IslamTionghoa Indonesia (Piti) Banyumas2016 Metode kualitatif, dengan langsung turun ke lapangan Hasil penelitian terhadap Organisasi Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Banyumas, diketahui bahwa pelaksanaan dakwah PITIyaitu :Penyucian harta, dimaksudkan sebagai zakat untuk membersihkan dan menyucikan diri mereka dan mencari keberkahan

Allah SWT. Penyejahteraan ekonomi umat, diimplementasikan dengan pelatihan kewirausahaan dan pengurus PITI membantu dalam pemasaran. Tujuannya agar mualaf Tionghoa tidak kehilangan mata pencaharian mereka setelah masuk Islam. Pendekatan secara psikologi, dilakukan dalam bentuk kasih sayang seperti yang diajarkan Rasulullah. Hal ini dikarenakan Allah hanya menyayangi hambanya yang penyayang. Pembinaan dasar-dasar Islam, fokusnya pada pengenalan dasar-dasar ajaran Islam. pembinaan dilakukan secara fleksibel menyesuaikan keluhan mualaf.

Rasdiana Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As'adiyah Fm Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam), 2014 Metode kualitatif, dengan langsung turun ke lapang, dan penelitian dan kepustakawanan Radio Suara As'adiyah FM Sengkang, dalam strategi komunikasi penyampaian dakwahnya, cara pelaksanaannya menggunakan metode canalizing dimana mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang dikehendaki. Kemudian strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran yang berlangsung, pendekatan persuasif dan pendekatan informatif yang sering digunakan.

Siska Fitriah Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 Rasfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren *Onair*, 2014 Metode kualitatif, dengan langsung turun ke lapangan. Konsep komunikasi Dakwah pada program

Cahaya Sore Pesantren On Air yaitu adanya Dai, adanya Mad'u dan adanya media yang membantu memaksimalkan dakwah agar sampai kepada pendengar secara efektif.

Strategi Komunikasi Dakwah Cahaya Sore Pesantren On Air yaitu membahas isi kitab Bhulughul Maram dengan metode penjelasan Narasumber yg disampaikan oleh KH.Cholil Nafis lalu dibuka kesempatan bagi pendengar untuk bertanya dengan cara mengirim sms atau On Air langsung.

Perbedaan Skripsi sebelumnya dengan skripsi yang sedang peneliti lakukan yaitu dari segi objek yang diteliti, juga dari rumusan masalah, teori yang dipakai, dalam pembahasan skripsi sebelumnya tidak dibahas tentang bentuk-bentuk komunikasi dakwahnya juga faktor-faktor yang mempengaruhi. Sehingga skripsi ini diharapkan bisa memberikan suasana baru dalam penelitian bentuk komunikasi dakwah ini.

1.5 Landasan Teoritis

Menurut deddy (2017: 46) istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication, yang bersumber dari kata Communis. Arti kata communis di sini adalah sama, dalam arti sama makna. Pendapat hampir sama juga dikemukakan oleh Astrid Susanto, yaitu perkataan komunikasi berasal dari kata communicare yang di dalam bahasa latin memiliki arti “berpartisipasi” atau

“memberitahukan”. Kata communis berarti “milik bersama” atau “berlaku dimana-mana”.

Sedangkan menurut Toto (1997: 1) komunikasi secara sederhana dapat dikatakan bahwa seseorang yang berkomunikasi dapat berarti mengharapkan agar orang lain dapat ikut serta berpartisipasi atau bertindak sama sesuai dengan tujuan, harapan, atau isi pesan yang disampaikannya. Sedangkan dalam buku Deddy (2017: 68) definisi komunikasi menurut Harold Lasweel adalah : “Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut What in Which Channel to Whom With What Effect, atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana”. sehingga dapat dirumuskan lima Unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: pertama, sumber (source), komunikator (communicator), pembicara (speaker) atau originator.

Dakwah secara etimologi pada hakikatnya mempunyai arti ajakan yang berasal dari fi'il (kata kerja) da'a-yad'u da'watan yang berarti menyeruh, memanggil, mengajak. Secara terminologi dakwah (Islam) menurut Abdul Munir Mulkan adalah usaha-usaha untuk menyerukan dan menyampaikan kepada manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia yang meliputi amar ma'ruf nahi mungkar dan berbagai sistem dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya perikehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Karakteristik Dakwah dalam penelitian ini akan lebih ditujukan kepada sifat khasnya. Dengan demikian yang dimaksud karakteristik dakwah yaitu adalah suatu kegiatan atau aktivitas dalam dakwahnya memiliki sifat khas tersendiri. Secara khusus tujuan dakwah itu dapat dibedakan menjadi beberapa segi yaitu:

1. Dari segi mitra dakwah

- I. Tujuan perseorangan, yaitu terbentuk pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT.
- II. Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketenraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
- III. Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman.
- IV. Tujuan umat manusia di seluruh dunia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan saling tolong menolong dan menghormati.

2. Dari segi pesan

- I. Tujuan akidah, yaitu tertanamnya akidah yang mampu di setiap hatimanusia sehingga keyakinan tentang ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan.
- II. Tujuan hukum, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang luhur dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat tercela.

Terpenuhinya persyaratan untuk terjadinya suatu komunikasi, seperti yang telah diungkapkan diatas, disimpulkan bahwa dakwah itu sendiri merupakan proses komunikasi.

Sedangkan komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikan dakwah (dai) untuk menyebarkan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun non verbal, kepada jemaah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat. Komunikasi dakwah sangat memperhatikan tatanan komunikasinya, sehingga lebih lembut, komunikatif, dan dapat mengatasi berbagai perbedaan kultur. Sekat-sekat keagamaan menjadi cair dan yang lebih ditonjolkan adalah nuansa kebenaran dapat menemukan jati diri dan nuansa kebersamaannya. Komunikasi dakwah menoleransi muatan budaya lokal sehingga mampu beradaptasi dengan kondisi masyarakat lokal.

Hasnain (dalam dissanayake [editor], 1988; 187) menyatakan bahwa retorika dimanfaatkan oleh umat islam dalam komunikasi dakwah untuk menyebarkan agama islam. Oratori (khitabah) dan komunikasi bermedia

surat (risalah) selalu menjadi sumber komunikasi, bahkan sejak awal islam. Semuanya itu bentuk komunikasi persuasif yang dipergunakan oleh Nabi Muhammad SAW. Dan pengembara muslim (savants) untuk propaganda dan meyebarluaskan akidah islam (al-da'wah al-islamiyyah) melalui bicara yang disampaikan ke berbagai jemaah dan melalui komunikasi bermedia surat ke berbagai jemaah dan melalui komunikasi bermedia surat ke berbagai raja dan pemimpin Arab.

Paradigma komunikasi dakwah berperan untuk memberikan arah dengan lebih jelas dan fokus pada suatu sasaran objek yang terdapat dalam komunikasi dakwah. Aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik dan konstan apabila semua komponen inti dan komponen penunjang terpenuhi, komponen penunjang meliputi dai (komunikator dakwah), mad'u (komunikasikan), pesan, sasaran (tujuan), dan metode. Sedangkan komponen penunjang meliputi organisasi, ekonomi, sosial dan budaya, yang terkait dengan kebijakan pihak lain, seperti pemerintah dan kelompok pendukung dakwah.

Menurut Abuddin (2014: 1-3) dari sudut kebahasaan , Akhlak berasal dari bahasa Arab, yaitu isim Masdar (bentuk infinitive) dari kata akhlaqa, yukhliq, ikhlaqan, sesuai dengan timbangan (wazan) tsulasi majid af'ala yuf'ilu if'allan yang berarti al-sajiyah (perangai), ath-thabiah (kelakuan, tabiat, watak dasar), al-adat (kebiasaan, kelaziman), al-maru'ah (peradaban yang baik), dan ad-din (agama).

Untuk menjelaskan pengertian akhlak dari segi istilah yaitu merujuk pada berbagai pendapat para pakar bidang ini. Ibn Miskwaih (w.421 H/1030 M) yang selanjutnya dikenal sebagai pakar bidang akhlak mengatakan bahwa akhlak adalah sebagai suatu keadaan yang melekat pada jiwa manusia, yang berbuat dengan mudah, tanpa melalui proses pemikiran atau pertimbangan (kebiasaan sehari-hari). Jadi, pada hakikatnya khuluq (budi pekerti) atau akhlak ialah suatu kondisi atau sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian.

Dari sini timbulah berbagai macam perbuatan dengan cara spontan tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pikiran. Dapat dirumuskan bahwa akhlak ialah ilmu yang mengajarkan manusia berbuat baik dan mencegah perbuatan jahat dalam pergaulannya dengan Tuhan, manusia, dan makhluk sekelilingnya. Jadi, pada hakikatnya khuluq (budi pekerti) atau akhlak ialah suatu kondisi atau sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian. Dari sini timbulah berbagai macam perbuatan dengan cara spontan tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pikiran.

Akhlak ialah salah satu faktor yang menentukan derajat keislaman dan keimanan seseorang. Akhlak yang baik adalah cerminan baiknya aqidah dan syariah yang diyakini seseorang. Akhlak yang mulia adalah pertanda kematangan iman. Akhlak yang mulia juga pertanda ibadah yang benar. Serta akhlak yang mulia merupakan kunci kesuksesan hidup di dunia dan akhirat.

Nabi saw diutus untuk menyempurnakan akhlak. Beliau bersabda, “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia.” Beliau juga bersabda, “Orang yang paling aku cintai dan paling dekat kedudukannya denganku di hari kiamat adalah yang paling bagus akhlaknya.” Ketika bersahabat dengan orang yang berakhlak buruk, laksana kita bersama dengan seorang pandai besi. Kalau pakaian atau kulit kita tidak terkena percikan api dari hasil timpahan besi panas, minimal kita merasakan asap yang cukup membuat kita sesak. Begitulah adanya ketika kita bersahabat dengan orang yang berperangai buruk. Kalau kita tidak dilibatkan langsung dengan kasus-kasus yang ditimbulkannya, minimal kita dapat merasakan tajamnya ucapan-ucapannya atau perlakuan kasarnya kepada orang lain yang cukup membuat kita iba dengan orang yang dizolimi itu. Mungkin hari ini adalah orang lain akan tetapi kemungkinan besok kitalah yang menjadi objek keburukannya.

Orang yang berakhlak mulia laksana seorang penjual minyak wangi. Kalau kita tidak dapat mencoba minyak wangi tersebut, minimal kita dapat turut merasakan aroma harum dari minyak wangi tersebut. Begitu pula halnya ketika kita bersahabat dengan orang yang berakhlak baik. Kalau kita tidak dapat meniru akhlaknya, minimal kita dapat merasakan tutur bahasa dan sopan santunnya kepada kita. Maka yang muncul adalah perasaan aman dan tentram berada bersamanya.

1.6 Kerangka konseptual

Pembinaan akhlak terhadap suporter bola adalah permasalahan yang harus diperhatikan, Viking Persib Club adalah salah satu komunitas yang membina akhlak anggotanya agar tidak jelek terhadap suporter ini tidak terus mengikat.

Dengan mengetahui Komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Viking Persib Club dalam membina akhlak anggota, kreativitas dan sikap anggota menjadi lebih terbina. Metode dan faktor yang mempengaruhi terhadap minat anggota dalam pembinaan akhlak juga sangat berperan. Sehingga komunikasi dakwah dalam organisasui Viking Persib Club ini dapat membentuk akhlak anggotanya dengan perlahan.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Gerai Viking Persib Club di jalan Jendral Ahmad Yani no 252, kacapiring, Batununggal, kota Bandung, Jawa Barat 40262. Tempat ini dipilih karena sebelumnya sekre Viking Persib Club berada di jl. Gurame No.2A, Burangrang, Bandung Selatan, tapi karena tempat itu milik pemerintah sehingga diambil, maka sekre kemudian berpindah ke jalan jl. Ahmad Yani, tempat tersebut dianggap kondusif untuk berkumpul

mengingat itu juga merupakan stadion sidolig atau yang biasa disebut stadion Persib.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini melakukan pendekatan subjektif, yaitu pengurus berhadapan langsung dengan anggota, baik itu dengan berbagi cerita atau ide yang akan dituangkan dalam setiap pertandingan Persib Bandung.

Sama-sama memiliki kecintaan terhadap klub sepak bola (Persib Bandung) membuat pengurus tidak terlalu susah dalam menanamkan pesan akhlak terhadap anggota. Berbagi terhadap anggota yang sedang membutuhkan ataupun menciptakan atmosfer yang menyenangkan dipinggir lapangan merupakan binaan akhlak yang diajarkan pengurus Viking Persib Club.

Pengurus Viking Persib Club membina anggotanya langsung dengan membuat *chant* atau yel-yel yang nantinya dibawakan saat pertandingan, mengadakan baksi sosial, tabligh akbar *road show* juga kegiatan positif lainnya.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang sangat bergantung kepada perspektif yang digunakan serta permasalahan yang diteliti dalam rangka melakukan *deskripsi* (penggambaran), *verstehen* (pemahaman dan pemaknaan), *interpretasi* (penafsiran), pengembangan dan *eksplorasi*. Dengan menggunakan metode analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dalam data dan fakta empiris di lapangan. Di sini jawaban yang ada di *cross-check* dengan dokumen yang ada. Ada beberapa macam triangulasi antara lain, triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi mode.

Penelitian ini juga mencoba menemukan fakta-fakta dan mendeskripsikannya, dalam hal ini peneliti ingin mengemukakan bagaimana pola komunikasi organisasi Viking Persib Club sehingga dapat solid dan damai.

4. Jenis data dan sumber data.

1. Jenis Data

Penelitian memerinci fenomena yang akan diteliti sekaligus merupakan deskripsi penelitian. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian yaitu

bagaimana bentuk komunikasi dakwah Viking dalam membina akhlak anggota, bagaimana pesan dakwah yang disampaikan, sehingga faktor apa yang mempengaruhi terjadinya komunikasi dakwah. Serta dari *website* Viking Persib Club persib Bandung yaitu www.vikingpersib.co.id.

2. Sumber Data

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan. Subjeknya yaitu pengurus pusat Viking Persib Club dan sebagian anggota Viking Persib Club. Anggota suporter yang menjadi subjek penelitian ini ialah mereka yang berusia di atas 18 tahun dan benar-benar anggota resmi Viking Persib Club. Sedangkan objek adalah bagian dari subjek yang diteliti secara terperinci.

3. Penentuan Informan

Yana Umar dan beberapa pengurus lain dipilih sebagai informan karena merupakan salah satu yang berpengaruh di Viking Persib Club juga sebagai *Drigent* Viking Persib Club.

5. Teknik Pengumpulan Data

i. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik observasi yang kami gunakan adalah pengamatan langsung yaitu berkunjung langsung ke kota Bandung dan mengikuti agenda Viking Bandung Club baik di dalam lapangan maupun di luar lapangan. Observasi dilakukan peneliti untuk mendapatkan data mengenai aktivitas, koordinasi, pembagian tugas, kerja sama kelompok, dan lain-lain.

ii. Interview

Interview merupakan suatu alat pengumpulan informasi yang langsung tentang beberapa jenis data. Interview dilakukan dengan sumber utama yaitu ketua organisasi, anggota suporter dan masyarakat. Teknik interview yang digunakan yaitu bebas terpimpin, yaitu penulis siapkan pertanyaan kemudian dijawab secara bebas dan terbuka.

iii. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan gambaran umum bentuk konkrit dan mengadakan pengamatan langsung melalui media yang bersangkutan. Dalam hal ini, akan dilakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek penelitian, yaitu pola komunikasi komunitas superter Persib.

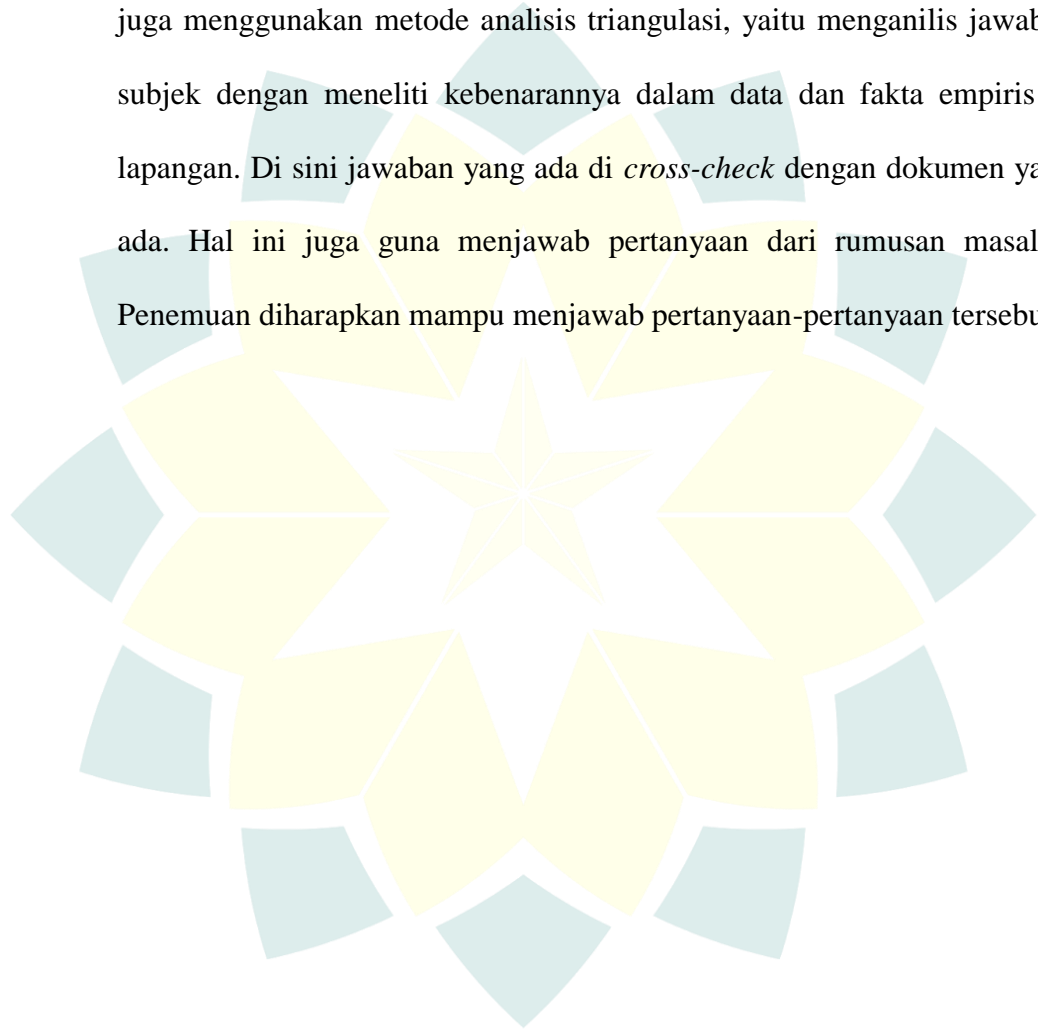
6. Teknik Penentuan dan keabsahan Data

Mengolah data yang diperoleh dan telah terkumpul untuk diterjemahkan ke dalam bentuk tabel-tabel dan grafik. Penjabaran hasil wawancara ke dalam bentuk narasi. Data yang diolah akan disesuaikan dengan kerangka konsep keilmuan komunikasi organisasi, sehingga keabsahan hasil data dapat lebih maksimal.

7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan diolah dan dianalisa sesuai dengan jenis data yang terkumpul, yaitu dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu teknik analisis data dimana peneliti terlebih dahulu memaparkan semua data yang diperoleh dari hasil pengamatan kemudian menganalisisnya dengan berpedoman kepada sumber-sumber yang tertulis,

juga menggunakan metode analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dalam data dan fakta empiris di lapangan. Di sini jawaban yang ada di *cross-check* dengan dokumen yang ada. Hal ini juga guna menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Penemuan diharapkan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG