

IDENTITAS SOSIAL JERSEY SEPAK BOLA DALAM SURABAYA JERSEY COMMUNITY

MUHAMMAD AULIYAU K

Sosiologi Universitas Airlangga

auliyaulkarim@gmail.com

ABSTRAK

Jersey bola merupakan seragam dari sebuah klub atau tim nasional sepak bola. Merebaknya jersey bola mengakibatkan komoditi ini menjadi layak untuk dikoleksi. Namun, sebagian orang menganggap bahwa perilaku kolektor hanya tindakan yang membuang waktu, uang, dan tenaga. Di sisi lain, perilaku mereka menumbuhkan terciptanya komunitas-komunitas jersey bola. Kolektor jersey bola membentuk sebuah komunitas bernama Surabaya Jersey Community (SJC). Komunitas tersebut untuk mewadahi kolektor jersey bola di Surabaya. Penelitian ini memfokuskan pada Surabaya Jersey Community dalam menginteraksikan simbol-simbol antar kolektor dan bagaimana kolektor memaknai kepemilikan jersey bola dalam berinteraksi di Surabaya Jersey Community.

Teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan penelitian ini adalah teori interaksionime simbolik dari George Herbert Mead dan Herbert Blumer. Informan dalam penelitian ini adalah tujuh kolektor yang tergabung dalam komunitas Surabaya Jersey Community, meliputi: ketua, bendahara, dan lima anggota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan observasi di lapangan.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain: (1) Kolektor membentuk simbol-simbol jersey bola melalui proses interaksi sosial. Interaksi sosial berlangsung melalui dua jenis, yaitu interaksi sosial di dunia maya (*online*) dan pertemuan (*offline*). (2) Proses interaksi sosial menghasilkan empat jenis makna kepemilikan jersey bola, yaitu: makna identitas, makna fungsional, makna historis/memorabilia, dan makna ekonomis.

Kata kunci: *identitas sosial, jersey sepak bola, Surabaya Jersey Community*

A. PENDAHULUAN

Jersey bola menjadi wabah baru yang menjamur di kalangan masyarakat Indonesia. Tidak heran bahwa jersey bola sering dijumpai di tempat-tempat yang tidak ada hubungannya dengan sepak bola, seperti: kampus, jalan umum, serta mal. Bahkan, pengguna jersey bola tidak terlalu mementingkan makna yang terkandung dibalik jersey bola yang dikenakannya. Hal tersebut menandakan bahwa jersey bola sudah menjadi bagian dari tren fesyen di kalangan masyarakat Indonesia. Tren fesyen ini bukan tren yang akan segera pudar, justru akan semakin meluas dan berkembang.

Merebaknya sebuah jersey sepak bola juga mengakibatkan para penggemar sepak bola menjadikan jersey bola sebagai komoditi yang layak untuk dikoleksi. Seorang kolektor jersey bola sekaligus seorang artis Indonesia, Ben Kasyafani, rela berkunjung langsung ke markas besar Manchester United (MU) di kota Manchester, Inggris hanya untuk mendapatkan sebuah jersey bola dengan tanda tangan beberapa pemain sepak bola dari klub tersebut. Pada akhirnya, ia berhasil mendapatkan jersey bola Manchester United dengan tanda tangan dari para pemainnya, seperti: Nani, Rio Ferdinand, dan Van Der Saar (tempo.co, 2012).

Sebagian orang menganggap bahwa aktivitas para kolektor jersey bola adalah pekerjaan yang sia-sia. Akibatnya, muncul sebuah permasalahan baru. Permasalahan tersebut muncul ketika perilaku mengoleksi jersey bola dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan rasa ketagihan untuk memiliki jersey bola secara terus-menerus. Mereka rela mengorbankan uangnya untuk mendapatkan jersey bola yang

sedang diburu. Tentu, perilaku kolektor tersebut membutuhkan pundi-pundi rupiah yang banyak. Bahkan, perilaku mereka menyebabkan keprihatinan dari orang-orang terdekat mereka yang menganggap bahwa kebiasaan mengoleksi jersey bola tersebut hanya tindakan yang membuang waktu, uang, dan tenaga.

Di sisi lain, perilaku mengoleksi jersey bola menimbulkan sisi positif bagi kehidupan bermasyarakat. Sisi positif maraknya seseorang mengoleksi jersey bola adalah terciptanya komunitas-komunitas jersey bola. Komunitas tersebut memfasilitasi para kolektor jersey bola untuk menuangkan pengalaman-pengalaman serta bertukar informasi di bidang jersey bola. Selain itu, komunitas tersebut juga menjadi ajang komunikasi multikultural yang menjelma menjadi gaya hidup dan penyambung tali silaturahmi antar sesama manusia.

Surabaya merupakan salah satu kota yang terkena dampak dari merebaknya jersey bola. Hal tersebut ditandai dengan bermunculnya komunitas kolektor jersey bola yang bernama Surabaya Jersey Community (SJC). Komunitas SJC merupakan sebuah komunitas *offline* pecinta *memorabilia* sepak bola pertama di Surabaya, terkhusus pada jersey sepak bola. Komunitas SJC ini dibentuk dengan harapan mampu mengerucutkan minat terhadap jersey bola dan memberi wadah bagi para pecintanya.

Para kolektor melakukan interaksi dan sosialisasi dengan sesama anggota komunitas SJC. Interaksi sosial dilakukan sebagai kunci kehidupan sosial para kolektor jersey bola di dalam komunitas SJC. Tanpa sebuah interaksi sosial, tidak akan ada kehidupan bersama. Sedangkan, sosialisasi adalah proses pemahaman seorang kolektor mengenai nilai dan norma yang menjadi pedoman di dalam komunitas SJC. Sosialisasi dan interaksi tersebut melahirkan terbentuknya kepribadian dan kedirian dari

pengalaman-pengalaman mereka selama menjadi bagian dari komunitas SJC. Kemudian, pengalaman-pengalaman yang diperoleh ditafsirkan oleh kolektor saat berada di dalam komunitas. Namun, penafsiran tersebut berbeda-beda antar kolektor.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Surabaya Jersey Community menginteraksikan simbol-simbol antar kolektor serta bagaimana kolektor memaknai kepemilikan jersey bola dalam berinteraksi di Surabaya Jersey Community.

B. KERANGKA TEORI

Teori Interaksionisme Simbolik

Teori ini menjelaskan individu dalam berinteraksi dengan individu atau kelompok lainnya selalu menggunakan simbol-simbol. Individu mendapatkan makna simbol dari interaksinya dengan orang lain. Kemudian, individu mempraktikkan simbol tersebut untuk mendapatkan makna dari orang lain di dalam interaksinya.

George Herbert Mead

Mead merupakan pemikir yang sangat penting dalam sejarah interaksionisme simbolik. Mead memiliki sebuah buku yang berjudul *Mind, Self, dan Society*.

Pikiran (*Mind*)

Konsep mind identik dengan simbol. Simbol mewakili sesuatu yang individu terima. Sesuatu yang hanya memiliki satu makna atau tanpa melalui proses interpretasi, belum bisa dikatakan sebagai simbol. Sebuah simbol berbentuk gerak-gerik fisik

(*gesture*) dan visual (bahasa). Menurut Mead, mind bukanlah suatu benda melainkan suatu proses sosial. Mind atau akal budi identik dengan penggunaan simbol-simbol.

Diri (*Self*)

Salah satu konsep Mead yang cukup penting adalah perbedaan “I” dan “me,” yakni antara diri sebagai subyek dan diri sebagai obyek (Raho, 2007: 104). Diri sebagai obyek ditunjukkan oleh Mead dengan “me.” Sedangkan, diri sebagai subyek ditunjukkan dengan “I.” “I” merupakan aspek diri yang bersifat non-reflektif. Dia merupakan respon terhadap suatu perilaku aktual tanpa refleksi atau pertimbangan. Jadi, jika ada semacam aksi, “I” langsung bereaksi tanpa melibatkan pikiran atau pertimbangan. Namun, apabila diantara aksi dan reaksi terdapat sedikit pertimbangan, pikiran atau refleksi, maka diri “I” telah menjadi “me.”

Masyarakat (*Society*)

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Pada tingkat kemasyarakatan yang khusus, Mead mempunyai sejumlah pemikiran tentang pranata sosial (*social institutions*). Secara luas, Mead mendefinisikan pranata sebagai tanggapan bersama dalam komunitas atau kebiasaan hidup komunitas. Secara khusus, Mead mengatakan bahwa keseluruhan tindakan komunitas tertuju pada individu berdasarkan keadaan tertentu menurut cara yang sama. Berdasarkan keadaan itu pula, terdapat respon yang sama di pihak komunitas. Proses ini disebut “pembentukan pranata.”

Herbert Blumer

Teori interaksionisme simbolik Blumer bertumpu pada tiga premis, yaitu:

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
- b. Makna tersebut berasal dari “interaksi sosial seseorang dengan orang lain.”
- c. Makna-makna tersebut disempurnakan saat proses interaksi sosial berlangsung (Poloma, 2007: 258).

Manusia merupakan aktor yang sadar dan reflektif, yang menyatukan obyek-obyek yang diketahuinya melalui apa yang disebut Blumer sebagai *self-indication*. *Self-indication* adalah proses komunikasi yang sedang berjalan di mana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberinya makna dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna itu. Proses *self-indication* ini terjadi dalam konteks sosial di mana individu mencoba mengantisipasi tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan interaksionisme simbolik. Interaksionisme simbolik dalam penelitian kualitatif adalah tekanan jelas pada pentingnya simbol dan proses yang terjadi dalam interaksi sebagai sesuatu yang mendasar untuk memahami perilaku kolektor jersey bola dalam Surabaya Jersey Community (Suyanto dan Sutinah, 2011: 180).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian pada Surabaya Jersey Community (SJC). Alasan peneliti memilih komunitas ini sebagai lokasi penelitian adalah karena SJC merupakan satu-satunya wadah berkumpulnya para kolektor yang ada di Surabaya. Berbeda dari komunitas jersey bola di kota-kota lain. Komunitas ini memiliki hubungan solidaritas yang tinggi diantara kolektor. Hal tersebut ditunjukkan melalui beberapa kegiatan nyata yang telah diselenggarakan oleh komunitas SJC.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan pelaku utama dalam studi ini sehingga mampu memberikan informasi mengenai data yang diperlukan selama berlangsungnya proses penelitian. Dalam proses penelitian ini, teknik yang digunakan dalam menentukan subyek penelitian yaitu secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa orang-orang yang menjadi subyek dianggap benar-benar mengetahui serta mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Peneliti memilih tujuh informan sebagai subyek penelitian. Kriteria subyek penelitian yang diambil adalah orang-orang yang memiliki koleksi jersey bola minimal 5 buah, serta orang-orang yang tergabung dalam Surabaya Jersey Community (SJC). Ketujuh informan tersebut memiliki status keanggotaan sebagai ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota.

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan adalah mengumpulkan data melalui wawancara langsung secara mendalam (*indepth interview*). Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka, internet, dll.

Analisis Data

Analisis data kualitatif ini meliputi tiga pokok kegiatan yang terjadi secara beriringan (Miles dan Huberman 1992: 16-19): (1) Reduksi Data: proses analisis data di mana memilih, memusatkan perhatian pada topik permasalahan, melakukan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan tertulis di lapangan; (2) Penyajian Data: himpunan informasi yang telah disusun dengan sedemikian rupa dan memberikan celah adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan; (3) Kesimpulan: dalam kesimpulan akan dipaparkan preposisi-preposisi serta variasi jawaban dari informan.

D. IDENTITAS SOSIAL JERSEY SEPAK BOLA DALAM SURABAYA JERSEY COMMUNITY

Interaksi Sosial antar Kolektor Jersey Bola dalam Surabaya Jersey Community

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, menyangkut hubungan antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok, serta individu dengan kelompok.

Simbolisme Kolektor Jersey Bola

Kolektor jersey bola menginteraksikan simbol-simbol gerak-gerak fisik melalui penampilan fisik. Ada beberapa simbol yang dibuat untuk menunjukkan bahwa simbol-simbol tersebut khusus bagi para kolektor. Karakteristik simbol tersebut adalah cara berpakaian dan penampilan rambut. Dalam penelitian ini, informan 06-ZM sengaja mengenakan jersey bola di tempat-tempat umum hanya untuk menampilkan identitasnya sebagai seorang kolektor yang menggemari klub Manchester United.

Simbol-simbol gesture tidak hanya terlihat melalui cara berpakaian, melainkan juga dari gaya penampilan rambut. Dalam penelitian ini, kolektor 01-YM merelakan rambutnya tumbuh panjang demi menyerupai pemain bola yang bernama Ricardo Montolivo. Gaya penampilan rambutnya dinamakan dengan *tuosled long layers*. Begitu pula dengan informan 02-MAW yang meniru gaya potongan rambut *mohawk* dari pemain bola El Shaarawy. Dia rela memotong rambutnya menyerupai El Shaarawy sebagai ekspresi kecintaannya terhadap klub AC Milan.

Simbol-simbol fisik dapat menjadi sebuah simbol, namun simbol tersebut tidak cocok dijadikan sebagai simbol yang signifikan karena seseorang tidak dapat dengan mudah melihat atau mendengarkan simbol fisiknya sendiri. Jadi, ungkapan suaralah yang paling mungkin menjadi simbol yang signifikan. Kumpulan isyarat suara yang paling mungkin menjadi simbol yang signifikan adalah bahasa.

Simbol-simbol bahasa dijadikan sebagai media komunikasi dalam berinteraksi antar kolektor. Beberapa simbol bahasa seorang kolektor, antara lain: simbol bahasa dalam menentukan kualitas jersey bola dan simbol bahasa dalam transaksi jual-beli jersey bola. Simbol-simbol bahasa dalam menentukan kualitas jersey bola yang biasa

digunakan kolektor adalah MW (*Match Worn*), MI (*Match Issue*), PI (*Player Issue*), BNWT (*Brand New with Tag*), BNIB (*Brand New in Box*), BNWOT (*Brand New without Tag*), KW Lokal, KW Thailand, KW Grade Ori, dsb. Selain itu, simbol bahasa dalam transaksi jual-beli jersey bola yang digunakan kolektor adalah PO (*Pre Order*), COD (*Cash on Delivery*), Harga Nett, dsb.

Mead memandang tindakan sebagai unit paling inti dalam teorinya. Tindakan manusia menghasilkan karakter yang berbeda sebagai hasil dari bentukan proses interaksi dalam dirinya sendiri. Dalam menganalisis tindakan, pendekatan Mead memusatkan perhatian pada rangsangan (stimulus) dan tanggapan (*response*). Mead mengidentifikasi empat tahap tindakan yang saling berhubungan.

Tahap-tahap Tindakan



Definisi lebih lanjut mengenai tahap-tahap tindakan, antara lain:

1. Impuls

Tahap pertama adalah impuls. Impuls meliputi stimulasi/rangsangan spontan yang berhubungan dengan alat indra. Dalam penelitian ini, informan 03-SWA dan 05-PRNI mengungkapkan bahwa awal mula tertarik mengoleksi jersey bola dari menonton pertandingan sepak bola di layar kaca. Kemudian, mereka penasaran terhadap kostum yang digunakan para pemain sepak bola saat bertanding di lapangan. Hal tersebut menumbuhkan rasa keingintahuan terhadap sebuah kostum yang bernama jersey bola. Pernyataan dari informan

03-SWA dan 05-PRNI menggambarkan bahwa seorang kolektor tertarik mengoleksi jersey bola dari rangsangan yang diberikan oleh indra penglihatan.

2. Persepsi

Tahap kedua adalah persepsi. Aktor menyelidiki dan bereaksi terhadap rangsangan yang berhubungan dengan impuls. Aktor tidak secara spontan menanggapi stimuli dari luar tetapi memikirkan dan menilainya melalui bayangan mental. Sebelum informan 04-AC memutuskan untuk mengoleksi jersey bola, dia terlebih dahulu mencari informasi terkait jersey bola. Beberapa informasi tersebut meliputi kualitas kain jersey bola, tergolong kualitas KW/palsu atau original/asli. Kolektor juga mempertimbangkan untuk mengoleksi jersey bola dari klub bola yang diidolakannya. Semua informasi dan pertimbangan tersebut harus melalui proses pemikiran dan penilaian terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan untuk mengoleksi jersey bola.

3. Manipulasi

Tahap ketiga adalah manipulasi. Langkah selanjutnya adalah memanipulasi objek atau mengambil tindakan berkenaan dengan objek itu. Tahap manipulasi merupakan tahap jeda yang penting dalam proses tindakan agar tanggapan tidak diwujudkan secara spontan. Dalam penelitian ini, informan 06-ZM menjelaskan bahwa sebuah jersey bola menjadi bentuk kecintaan seorang penggemar terhadap klub sepak bola. Alasannya untuk mengoleksi jersey bola karena ingin menunjukkan kepada masyarakat umum bahwa klub sepak bola yang dicintainya adalah klub Manchester United.

4. Konsumsi

Tahap keempat adalah konsumsi. Tahapan ini diperoleh melalui pertimbangan maupun pemikiran secara sadar. Aktor akan mengambil keputusan atau tindakan yang berorientasi untuk memuaskan impuls. Dalam penelitian ini, ketujuh informan masing-masing memiliki klub sepak bola yang diidolakan. Informan 01-YM dan 02-MAW merupakan penggemar dari klub AC Milan. Informan 04-AC mengidolakan klub Inter Milan. Berbeda dengan ketiga informan sebelumnya, informan 05-PRNI dan 06-ZM lebih menyukai permainan sepak bola dari negeri Inggris sehingga mereka mengidolakan klub Manchester United. Selanjutnya, informan 03-SWA menasibkan dirinya sebagai pendukung dari klub Barcelona. Selain itu, informan 07-NK juga mengidolakan salah satu klub dari negeri Spanyol, yaitu klub Valencia.

Seiring berjalannya waktu, seorang kolektor juga tertarik untuk mengoleksi jersey bola dari klub-klub sepak bola lainnya. Seperti halnya argumen dari informan 03-SWA, 04-AC, dan 05-PRNI. Ketiga informan tersebut mengoleksi jersey bola dari klub lain karena tertarik dengan desain dan penampilan jersey bola yang menarik. Berbeda halnya dengan pernyataan dari informan 02-MAW dan 07-NK. Mereka mengoleksi jersey bola karena mengidolakan pemain hebat yang bukan berasal dari klub sepak bola yang diidolakannya sehingga membuatnya tergiur untuk memiliki jersey bola dari klub-klub pemain hebat berasal. Namun, argumen berbeda diberikan oleh informan 06-ZM. Alasannya untuk mengoleksi jersey bola selain dari klub idola karena dia mendapatkan kepuasan tersendiri ketika mampu memperoleh jersey bola yang tergolong langka atau *collectible item*.

Surabaya Jersey Community dalam dimensi “I” dan “Me”

Pola interaksi sosial antar kolektor jersey bola apabila dipahami dalam konsep George Herbert Mead tentang *self* (diri), maka tidak akan lepas dari diskusi Mead tentang “I” dan “me”. “I” adalah tanggapan spontan individu terhadap orang lain. Lebih lanjut, “I” adalah aspek kreatif yang tidak dapat diperhitungkan dan diramalkan (Ritzer, 2014: 270). Dalam penelitian ini, semua kolektor yang menjadi informan memiliki satu klub sepak bola yang diidolakan. Mereka menyebut dirinya sebagai seorang *fans* salah satu klub sepak bola. Hal tersebut mendorong seorang *fans* untuk mengoleksi jersey dari klub sepak bola yang diidolakan. Mereka menjadikan jersey bola sebagai bentuk ekspresi kecintaan terhadap klub sepak bola.

Konsep “I” dapat dilihat dari perilaku kolektor yang selalu berkeinginan untuk mengoleksi jersey bola dengan kualitas original/asli. Jersey bola berkualitas asli memiliki kesamaan dengan jersey bola yang digunakan para pemain saat bertanding di lapangan. Seorang kolektor berlomba-lomba untuk mendapatkan jersey bola dengan kualitas original. Perilaku tersebut dilakukan agar lebih dekat dengan pemain sekaligus klub sepak bola. Akan tetapi, jersey original tidak mudah untuk diperoleh serta harganya tergolong tinggi. Walaupun begitu, mereka rela bersusah payah untuk memperoleh jersey tersebut bahkan dengan mengeluarkan dana yang besar. Seperti halnya yang dilakukan oleh informan 02-MAW. Dia memiliki jersey bola bekas pemain klub AC Milan dengan nama Alessandro Nesta. Jersey bola tersebut diperoleh dengan harga sebesar Rp 4,5 juta. Dana sebesar itu diperoleh melalui hasil menabung selama berbulan-bulan. Selain itu, peristiwa yang sama juga dialami oleh informan 03-

SWA. Dia mampu mendapatkan jersey klub Barcelona *limited edition* seharga 4,5 juta dari seorang *fans* klub Barcelona meskipun pembayarannya dicicil selama enam bulan.

“Me” merupakan tindakan yang dilakukan atas perhitungan atau pemikiran sebelumnya. Pada umumnya, seseorang bertindak berdasarkan “me”-nya, yaitu berdasarkan norma-norma atau harapan orang lain. Maka dari itu, “me” adalah kontrol sosial. Dalam penelitian ini, setiap kolektor memiliki norma-norma tersendiri yang dianut. Norma-norma tersebut berlandaskan pada klub sepak bola yang diidolakan. Setiap kolektor mengidolakan klub sepak bola yang berbeda-beda sehingga norma yang mereka anut juga berbeda-beda. Mereka menaati norma-norma tersebut agar dipandang sebagai seorang penggemar sejati dari salah satu klub sepak bola. Secara tidak sadar, perilaku tersebut akan menumbuhkan sikap fanatisme dalam diri seorang kolektor terhadap klub sepak bola. Misalnya, kasus yang terjadi pada informan 03-SWA. Dia merupakan seorang kolektor yang mengidolakan klub Barcelona. Rival dari klub Barcelona adalah klub Real Madrid. Oleh karena itu, koleksi jersey bola yang dimilikinya tidak ada satu pun yang berasal dari klub Real Madrid.

Konsep “me” juga dilihat dari dalam diri kolektor setelah menjadi bagian dari Surabaya Jersey Community (SJC). Terdapat norma-norma yang mengatur interaksi sosial antar kolektor di dalam komunitas SJC. Norma-norma yang menjadi landasan dari komunitas ini tergabung dalam empat hal, yaitu *Quality, Service, Control*, dan *Value* (QSCV). QSCV sebagai wujud dari norma yang ada dalam komunitas. Norma-norma tersebut bertujuan untuk mereduksi sikap fanatisme sehingga tumbuh sikap persatuan dan persaudaraan diantara kolektor meskipun mereka mengidolakan klub sepak bola yang berbeda-beda.

Tindakan Bersama Kolektor Jersey Bola

Masyarakat merupakan kumpulan orang yang berinteraksi. Interaksi sosial antar kolektor jersey bola membentuk sebuah *society* yang dinamakan Surabaya Jersey Community (SJC). Berdasarkan argumen dari informan 01-YM, beberapa kolektor memberikan sebuah ide untuk membentuk sebuah komunitas berbasis online di media sosial Facebook. Ide tersebut muncul karena para kolektor mulai menyadari bahwa pasar jersey bola semakin luas di kota Surabaya. Munculnya ide tersebut mendapat tanggapan positif dari kolektor lainnya. Akhirnya, terjadi kesepakatan bersama untuk mendirikan grup kolektor jersey bola berbasis online di kota Surabaya pada tahun 2011.

Terbentuknya grup online ini dipelopori oleh 6 kolektor jersey bola asal Surabaya. Keenam kolektor tersebut adalah Yudha, Agus, Eko, Toni, Berry, dan Rizky. Komunitas kolektor jersey bola online ini bernama Love Jersey Surabaya (LJ Surabaya). Namun, nama tersebut berganti menjadi Surabaya Jersey Community (SJC) pada tahun 2014. Pada tahun 2012 muncul sebuah ide baru untuk membentuk komunitas kolektor yang tidak hanya berbasis *online*, melainkan juga berbasis *offline*. Terwujudnya ide tersebut untuk menumbuhkan jiwa solidaritas antar kolektor. Salah satu cara untuk menumbuhkan jiwa solidaritas tersebut melalui kegiatan-kegiatan nyata. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan masyarakat Surabaya mengetahui keberadaan Surabaya Jersey Community. Beberapa kegiatan yang pernah diikuti oleh komunitas ini adalah pameran jersey bola dalam acara *Sunday Market* di mal Surabaya Town Square (SUTOS) selama tiga tahun berturut-turut, tur Anjagsana 2015 di kota Bandung dan Malang. Selain itu, komunitas ini juga ikut serta dalam membantu korban bencana gunung meletus di gunung Kelud Kediri serta menggelar

acara bagi-bagi takjil di bulan Ramadhan. Kelompok merupakan perkumpulan individu yang berkomunikasi dan terlibat di dalam tindakan sosial bersama (Syam, 2009: 119).

Kepemilikan Jersey Bola dalam Surabaya Jersey Community

Para kolektor memperoleh makna simbol-simbol jersey bola dari interaksi sosial di dalam lingkungan komunitas SJC. Pemaknaan terhadap simbol-simbol saling berkaitan dan disesuaikan dengan kebutuhan lingkup komunitasnya. Kolektor memperoleh pemahaman tentang suatu konsep simbol-simbol ini dari komunitas SJC. Interaksi sosial antar kolektor di dalam komunitas SJC menjadi proses sosialisasi. Proses sosialisasi dalam memberikan informasi bagi para kolektor sehingga mereka memberikan nilai terhadap informasi-informasi tersebut. Kemudian, bertindak sesuai dengan nilai yang diberikan. Tindakan-tindakan tersebut menggunakan simbol dan atribut yang diberikan khusus pada kolektor saat berlangsungnya kegiatan SJC.

Interaksi sosial antar kolektor di dalam komunitas SJC menciptakan pemikiran-pemikiran baru mengenai makna sebuah jersey bola. Kolektor memperoleh pemikiran baru mengenai makna jersey bola setelah bergabung dalam komunitas SJC. Peneliti menemukan empat makna mengenai kepemilikan jersey bola.

Seluruh kepemilikan material mengandung makna-makna sosial dan oleh karena itu kita harus memusatkan pada suatu bagian utama analisis kultural terhadap penggunaannya sebagai komunikator. Makna-makna mengenai benda didasarkan pada konteks institusional dan hal ini menyediakan konteks untuk interpretasi (Chaney, 1996: 96). Makna pertama adalah identitas. Jersey bola menjadi sebuah bentuk simbolis yang ditampilkan sebagai tanda pengenal pada sebuah klub sepak bola.

Berdasarkan pernyataan dari informan 03-SWA dan 06-ZM, mereka mengungkapkan bahwa jersey bola melambangkan sebuah identitas bagi para penggemarnya. Identitas tersebut akan terus melekat di dalam diri seseorang.

Makna kedua adalah fungsional. Pemaknaan mengenai jersey oleh informan 03-SWA dan 06-ZM bertolak belakang dengan makna yang diberikan oleh informan 01-YM. Informan 01-YM menganggap bahwa sebuah kain jersey bola hanya sebagai baju yang fungsinya sama dengan baju-baju lainnya. Dikarenakan fungsinya telah melebur menjadi sebuah kebutuhan penampilan, kasualitas, dan kenyamanan. Seringkali, jersey bola digunakan oleh seseorang ditempat-tempat umum, seperti: kampus, jalan raya, mal, dll.

Makna ketiga adalah historis/memorabilia. Jersey bola sebagai bentuk “sakral” yang dikoleksi berdasarkan pemaknaan nilai historis. Makna historis dinyatakan oleh informan 04-AC, 05-PRNI, dan 07-NK. Mereka menyatakan bahwa sebuah jersey bola tidak akan lepas dari nilai-nilai historis yang terkandung di dalamnya. Sebuah jersey bola memiliki cerita tersendiri pada era tertentu.

Makna keempat adalah ekonomis. Pemaknaan jersey bola dari informan 01-YM, 03-SWA, 04-AC, 05-PRNI, 06-ZM, dan 07-NK tidak senada dengan pemaknaan jersey bola yang diberikan oleh informan 02-MAW. Dia menganggap bahwa jersey bola merupakan sebuah komoditas yang memiliki potensi jual-beli di pasaran. Sebuah komoditi yang dapat diperjualbelikan layaknya komoditi-komoditi lain. Selain itu, jersey bola juga dapat dijadikan sebuah investasi di masa depan apabila sewaktu-waktu membutuhkan uang.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Interaksi sosial antar kolektor di dalam Surabaya Jersey Community (SJC) berlangsung melalui dua jenis, yaitu: interaksi sosial di dunia maya (*online*) dan pertemuan (*offline*).
 - Interaksi sosial di dunia maya dilakukan melalui perantara jaringan internet. Interaksi sosial tersebut terbagi menjadi dua macam, yaitu: interaksi sosial secara tertutup dan terbuka. Interaksi sosial secara tertutup dilakukan melalui grup media sosial *Facebook* tertutup dan grup media sosial *Blackberry Messenger* (BBM). Interaksi sosial tertutup hanya bisa dilakukan oleh kolektor yang tergabung dalam komunitas SJC. Sedangkan, interaksi sosial secara terbuka diperuntukkan bagi masyarakat umum. Mereka bisa mengakses berbagai macam informasi mengenai jersey bola dan komunitas SJC melalui grup *Fan Page Facebook* dan *blogspot.com*.
 - Interaksi sosial juga dilakukan saat pertemuan (*offline*). Interaksi sosial ini dilakukan oleh para kolektor saat acara pertemuan (*gathering*) serta sepak bola rutin setiap hari minggu di lapangan *mini soccer* Pakuwon Golf dan Family Club Surabaya.
2. Proses interaksi sosial antar kolektor dalam komunitas SJC memberikan pengaruh besar terhadap proses berpikir, penafsiran dan pemaknaan simbol

terhadap jersey bola. Hasil interaksi sosial melahirkan empat makna kepemilikan jersey bola oleh kolektor dalam berinteraksi di komunitas SJC. Kolektor memaknai jersey bola sebagai identitas, fungsional, historis/memorabilia, dan ekonomis.

Saran

Peneliti ingin memberikan sejumlah saran bagi kolektor dan Surabaya Jersey Community (SJC), antara lain:

1. Perilaku mengoleksi jersey bola ini harus diminimalisir sehingga diperlukan pemikiran yang bijak dan rasional sebelum membeli jersey bola.
2. Perlu adanya kontrol terhadap tindakan mengoleksi jersey bola dari kerabat dekat, seperti: orang tua, istri, dan saudara. Kontrol ini diberikan agar pemenuhan kebutuhan sehari-hari tetap tercukupi.
3. Surabaya Jersey Community diharapkan menjadi ajang untuk berkeaktifitas bagi para kolektor yang berada di dalamnya.
4. Peneliti berharap ada pihak-pihak selanjutnya yang meneruskan penelitian ini dengan fokus yang lebih mendalam lagi di tingkatan analisisnya, terutama tentang konsumerisme, gaya hidup, gender, hiper-realitas, dsb.

DAFTAR PUSTAKA

Barnard, Malcolm. 2009. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dillistone. 2006. *The Power of Symbols*. Yogyakarta: Kanisius.
- Faisal, Sanapiah, 1989. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Yayasan A3.
- Poloma, Margaret M. 2007. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ritzer, George. 2014. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soeprapto, Riyadi. 2012. *Interaksionisme Simbolik*. Malang: Averroes Press.
- Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutaryo. 2005. *Sosiologi Komunikasi: Perspektif Teoritik*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah (Ed). 2011. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Syam, Nina W. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora.

Karya Ilmiah

- Jhalugilang, Paundra. 2012. *Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Artikel Internet

- <https://seleb.tempo.co/read/news/2012/06/30/219413964/ben-kasyafani-koleksi-kaus-jersey-bola> (diakses pada tanggal 4 April 2015).
- http://medanbisnisdaily.com/news/read/2014/04/27/92373/kostum_piala_dunia_2014_mulai_diserbu/#.Vv-Kk0DwDa0 (diakses pada tanggal 4 April 2015).
- <http://klikbisniskita.com/2016/02/09/menjaring-omset-dibisnis-kaus-bola/> (diakses pada tanggal 13 April 2015).
- <http://surabayajerseycommunity.blogspot.co.id.html> (diakses pada tanggal 20 September 2015).
- <http://panditfootball.com/klasik/sejarah-jersey-sepaktbola-dari-masa-ke-masa/> (diakses pada tanggal 2 Oktober 2015).
- http://www.kompasiana.com/kevinrafali/jenis-jenis-jersey-yang-ada-di-pasaran_54f78edea333112b6f8b4737 (diakses pada tanggal 7 Oktober 2015).
- <http://www.mbkaos.com/2012/10/jenis-bahan-kaus-jersey.html> (diakses pada tanggal 7 Oktober 2015).
- <http://waroengjerseycalil.blogspot.co.id/2014/07/macam-macam-apparel-klub-dan-timnas.html> (diakses pada tanggal 8 Oktober 2015).
- <http://andhikamppp.com/2013/09/jersey-classification-index-guide/> (diakses pada tanggal 17 Oktober 2015).