

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Olahraga populer yang sulit dipisahkan dari keseharian masyarakat salah satunya adalah sepakbola. Penyebabnya ialah sepakbola sudah menjadi salah satu sarana hiburan dan kegiatan olahraga yang sering dilakukan masyarakat. Tidak mengenal usia, jenis kelamin, agama, maupun suku bangsa, sepakbola berhasil mengambil hati masyarakat. Di Indonesia sepakbola biasa berlangsung dalam beberapa kesempatan misalnya perayaan kemerdekaan Indonesia, menjelang pemilihan kepala daerah dan lain sebagainya (Pudjo Santosa, 2014:1). Peran sepakbola sebagai sarana hiburan dan kegiatan olahraga masyarakat tersebut berlangsung hampir diseluruh penjuru dunia, juga Indonesia.

Sepakbola mempunyai dua faktor penting yang tidak dapat dipisahkan yaitu pemain dan suporter. Suporter merupakan salah satu elemen penting dalam sepakbola. Tanpa suporter, atmosfer dalam pertandingan sepakbola akan terasa hambar. Suporter layaknya pemain kedua belas bagi tim sepakbola, selain itu tentunya menjadi sumber pendapatan tim sepakbola tersebut. Sepakbola adalah salah satu olahraga yang membutuhkan keberadaan suporter, terdapat multi fungsi keberadaannya. Kehadiran suporter bagi tim sepakbola tentu sangat diharapkan karena olahraga ini sudah bukan sekedar olahraga dengan tujuan sempit menjaga kesehatan, namun sudah berkembang menjadi sebuah bisnis dan industri. Dengan kehadiran suporter akan membawa semangat tersendiri bagi para pemain.

Pada awalnya suporter di Indonesia lebih bersifat tradisional. Fanatisme penonton sepakbola di Indonesia sudah ada sejak jaman perserikatan, sebuah kompetisi amatir yang mempertemukan tim-tim dari perserikatan sepakbola daerah. Saat masa Perserikatan, para penonton yang datang ke stadion umumnya belum mengenal atribut klub, seperti kaos, syal, spanduk dan sejenisnya, Tidak ada pula nyanyian yang dinyanyikan dalam koor serempak sebagaimana yang dilakukan suporter Indonesia di era Liga Indonesia (Fajar Junaedi, 2012:51). Dalam perkembangannya, suporter tidak hanya sekedar datang, tetapi lebih kompleks. Suporter memiliki cara mereka sendiri untuk berkomunikasi terhadap tim ataupun khalayak lainnya. Cara berkomunikasi tersebut bisa melalui atribut-atribut yang digunakan, nyanyian, aksi, ataupun karakter yang menunjukkan identitas, dan lain sebagainya. Cara berkomunikasi tersebut merupakan bukti kefanatikan mereka terhadap tim sepakbola kebanggaannya.

Saat ini sudah banyak tim sepakbola lokal yang terbentuk di Indonesia. Ada 18 tim sepakbola yang terdaftar resmi oleh PSSI di Liga 1 Gojek Traveloka dan 59 tim sepakbola yang terdaftar di Liga 2 (*pssi.org*). Dari semua tim sepakbola lokal tersebut beberapa tim memiliki massa *suporter* yang sangat besar, tim tersebut antara lain Persija Jakarta, Persib Bandung, Arema FC, Bali United, dan PSS Sleman.

Tim sepakbola dengan massa suporter yang besar dapat terlihat dari jumlah pengikut di media sosial resmi masing-masing tim sepakbola tersebut. Dalam media sosial *twitter*, Persija Jakarta memiliki 2,5 juta pengikut, Persib Bandung dengan 3,18 juta pengikut, Arema FC dengan 1,09 juta pengikut, Bali United dengan 479

ribu pengikut, dan PSS Sleman dengan 164 ribu pengikut (data yang dihimpun dengan melihat akun *twitter* masing-masing tim).

PSS Sleman menarik perhatian penikmat sepakbola lokal Indonesia. Hal tersebut dikarenakan PSS Sleman memiliki dukungan yang sama *massive*-nya dengan tim-tim besar yang ada di Indonesia, padahal PSS Sleman hanya berada di Liga 2 yang notabene berdasarkan strata kelas dibawah tim-tim yang berada di Liga 1 Gojek – Traveloka. Dukungan dari suporter PSS Sleman yang biasa disebut Brigata Curva Sud (BCS), lebih terorganisir dan memukau dibandingkan dengan suporter-suporter dari tim-tim besar yang ada di Liga 1 Gojek – Traveloka lainnya. Hal ini terbukti dengan terpilihnya Brigata Curva Sud (BCS) sebagai suporter tim sepakbola satu-satunya dari Indonesia dan menjadi yang terbaik di Asia oleh salah satu media suporter Internasional yaitu COPA90 (*copa90.com*) pada tahun 2017.

Terpilihnya Brigata Curva Sud sebagai suporter terbaik Asia versi COPA90 dikemas dalam satu video liputan yang diunggah di akun *youtube* resmi COPA90. Dalam video tersebut Brigata Curva Sud menempati posisi pertama menyisihkan suporter Urawa Boys asal Jepang, Frente Tricolor asal Korea Selatan, Boys of Straits asal Malaysia, dan Bangal Brigade asal India. Kekompakan yang terjalin diantara suporter Brigata Curva Sud juga merupakan hal yang unik. Brigata Curva Sud memiliki slogan yang mereka sebut *manifesto*, yaitu *No Leader Just Together*. Brigata Curva Sud tidak mengenal struktur kepengurusan yang jelas, hal ini lebih dimaksudkan agar seluruh anggota mempunyai hak dan kewajiban yang sama dalam setiap pengambilan keputusan dan melaksanakan kebijakan yang telah disepakati. Oleh karena itu, Brigata Curva Sud memiliki cara sendiri untuk tetap

menjaga etika dalam memberikan dukungan kepada klub kebanggannya, PSS Sleman (*bccxpss.com*).

Ada sebuah manifesto yang membuat dukungan Brigata Curva Sud tidak hanya diterapkan di dalam stadion saja. Manifesto tersebut diberi nama “Mandiri Menghidupi”, yang dapat diartikan Brigata Curva Sud bergerak secara mandiri, harus dapat menghidupi PSS Sleman dari segi finansial (*kumparan.com*). Manifesto ini merupakan payung dari beberapa manifesto milik Brigata Curva Sud seperti *No Ticket No Game* dan *Jangan Beli Jersey KW*. Manifesto “Mandiri Menghidupi” juga merupakan prinsip yang dipegang selalu oleh seluruh *supporter* Brigata Curva Sud dalam perjalanan mendukung PSS Sleman sehingga BCS tidak bergantung sama sekali pada tim dalam hal finansial. Untuk kesemua urusan dana di dalam BCS, suporter ini bergerak secara mandiri, bisa dari kantong masing-masing juga dari lini bisnis yang dikelola Brigata Curva Sud.

Hal yang sama diterapkan di *Official Media Partner* PSS Sleman. *Official Media Partner* PSS Sleman menerapkan Manifesto “Mandiri Menghidupi” dalam proses produksi dan perkembangan setiap divisi yang ada. Manifesto tersebut juga secara *massive* disebarakan melalui media PSS Sleman. Media PSS Sleman memiliki beberapa divisi yang tergabung dalam *Official Media Partner* PSS Sleman dalam menyebarkan informasi apapun terkait tim dan suporter, termaksud menyebarkan manifesto “Mandiri Menghidupi”. *Official media partner* PSS Sleman resmi diakui oleh tim sepakbola PSS Sleman sebagai organisasi yang mengurus hal yang berkaitan dengan media *internal*. Berdasarkan wawancara dengan salah satu anggota, *Official Media Partner* PSS Sleman merupakan satu kesatuan yang saling

berhubungan satu antara yang lain namun memiliki divisi-divisi kecil yang bertanggungjawab dengan tugas dan program kerjanya masing-masing. *Official Media Partner* PSS Sleman antara lain *Official* PSS, Elja TV, Elja Radio, BCS *Channel*, Sleman Football, dan Sleman Fans Education. Anggota dari *Official media partner* berjumlah 44 orang. *Official media partner* PSS Sleman dikelola sendiri oleh suporter yang merupakan *volunter* tanpa adanya ikatan struktur organisasi, sesuai dengan dua manifesto yang diatur Brigata Curva Sud, yaitu *No Leader Just Together* dan Mandiri Menghidupi. Hal ini merupakan hal yang menarik, karena dukungan suporter tidak hanya sebatas bernyanyi di stadion saat tim mereka bertanding, juga ikut turut andil dalam mengelola media yang ada. Sistem organisasi dan juga pengelolaan media yang unik hingga pada akhirnya membuahkkan prestasi dari suporter PSS Sleman inilah yang menjadi alasan peneliti meneliti pola jaringan komunikasi pada *Official Media Partner* PSS Sleman yang dikelola sendiri oleh suporter PSS Sleman, Brigata Curva Sud dalam penyebaran Manifesto Mandiri Menghidupi.

Fenomena Brigata Curva Sud sebagai salah satu suporter tim sepakbola lokal Indonesia yang memiliki keunikan dalam tubuh suporter itu sendiri dan *Official Media Partner* PSS Sleman yang juga dikelola oleh suporter menjadi dasar peneliti untuk meneliti. Memiliki manifesto sebagai paham dan identitas tersendiri, serta menjadi *suporter* yang turut andil dalam pengelolaan *Official Media Partner* PSS Sleman dalam penyebaran Manifesto Mandiri Menghidupi, maka peneliti meneliti Pola Jaringan Komunikasi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman ketika proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi. *Official*

Media *Partner* PSS Sleman mempunyai kewajiban untuk terus menyebarkan Manifesto milik Brigata Curva Sud, khususnya “Mandiri Menghidupi”. Setiap divisi berkewajiban membuat konten yang terkait Manifesto Mandiri Menghidupi dengan karakternya masing-masing. Komunikasi ketika diskusi mengenai produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi yang menjadi fokus peneliti dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode yang ada untuk mencari tahu bagaimana pola atau bentuk jaringan komunikasi yang terbentuk serta aktor-aktor yang mempunyai peran besar dalam komunikasi yang terjadi di dalam *Official Media Partner* PSS Sleman ketika berdiskusi tentang produksi konten yang dibuat juga disebarkan oleh divisi yang tergabung di *Official Media Partner* PSS Sleman terkait Manifesto “Mandiri Menghidupi” milik Brigata Curva Sud yang juga diterapkan dalam *Official Media Partner* PSS Sleman, yang keseluruhan anggotanya juga merupakan Brigata Curva Sud. Hal tersebutlah yang menjadi fokus utama peneliti dalam penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pola jaringan komunikasi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman ketika diskusi proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pola jaringan komunikasi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman ketika diskusi produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi.

2. Mengetahui aktor dalam pola jaringan komunikasi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman baik dilihat dari sosiogram maupun yang dilihat dari sentralitas tingkatan (*degree*), kedekatan (*closeness*), dan keperantaraan (*betweenness*).

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah dapat memberi pengetahuan dan wawasan dalam hal akademis terkait pola jaringan komunikasi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman yang dikelola secara langsung dan mandiri oleh *suporter* tim PSS Sleman yaitu Brigata Curva Sud dalam penyebaran Manifesto Mandiri Menghidupi. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat dijadikan bahan bacaan atau literatur tambahan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap bidang kajian ini.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi *Official Media Partner* PSS Sleman dalam aktivitas pola jaringan komunikasi dalam penyebaran manifesto mandiri menghidupi kepada *suporter* PSS Sleman, Brigata Curva Sud.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi. Tanpa komunikasi, organisasi tidak dapat berjalan dengan baik dikarenakan tidak ada dinamika yang berjalan dalam organisasi itu. Organisasi yang didalamnya terdapat orang-orang, bagian-bagian, serta fungsi-fungsi, tidak dapat melaksanakan tugasnya dengan baik tanpa adanya komunikasi satu sama lain (Soetopo, 2016:189).

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin yaitu *organizare*. Secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Diantara para ahli ada yang menyebutkan paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana. Everet M Rogers (dalam Effendy, 2008:114) mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

R. Wayne Pace dan Don F. Faules (dalam Ruliana, 2014: 17) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Unit komunikasi organisasi adalah hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi) yang berada dalam organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan. Posisi dalam jabatan menentukan komunikasi dalam jabatan-jabatan. Komunikasi timbul apabila satu orang menciptakan pesan, lalu yang lain

menafsirkan menjadi sebuah “pertunjukkan” dan kemudian menciptakan pesan baru.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi dalam kategori formal maupun informal. Jika organisasi semakin besar dan semakin kompleks, maka demikian juga komunikasinya. Dalam komunikasi organisasi seringkali melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan ada kalanya komunikasi publik (Wiryanto, 2005:78).

Secara garis besar organisasi dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu organisasi formal dan organisasi informal. Pembagian tersebut tergantung pada tingkat atau derajat mereka terstruktur. Organisasi formal ialah suatu organisasi yang memiliki struktur yang jelas, pembagian tugas yang jelas, serta tujuan yang ditetapkan secara jelas. Organisasi formal memiliki struktur (bagan yang menggambarkan hubungan-hubungan kerja, kekuasaan, wewenang, dan tanggung jawab antara pejabat dalam suatu organisasi). Organisasi formal dengan sengaja direncanakan dan strukturnya secara jelas disusun. Organisasi formal juga harus memiliki tujuan atau sasaran. Tujuan ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi struktur organisasi yang akan dibuat. Contoh organisasi formal yaitu lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan.

Sedikit berbeda dengan organisasi formal, organisasi informal adalah kumpulan dari dua orang atau lebih yang terlibat pada suatu aktifitas serta tujuan bersama yang tidak disadari. Keanggotaan pada organisasi-organisasi informal dapat dicapai baik secara sadar maupun tidak sadar, dan kerap kali sulit untuk

menentukan waktu eksak seseorang menjadi anggota organisasi tersebut. Sifat eksak hubungan antar anggota dan bahkan tujuan organisasi yang bersangkutan tidak terspesifikasi. Contoh organisasi informal yaitu arisan ibu-ibu dan suporter sepakbola (J. Winardi, 2003:30).

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz (dalam Ruliana 2014: 24), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu Liliweri (dalam Ruliana 2014: 24) mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat.
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

Menurut Charles Conrad (dalam Ruliana, 2014: 27) ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu fungsi komando dan fungsi relasi. Fungsi komando dan fungsi relasi mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang kurang menentu. Untuk lebih memahami bagaimana fungsi komando dan fungsi relasi tersebut dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Fungsi Komando	Fungsi Relasi
<ul style="list-style-type: none"> • Mengarahkan dan membatasi tindakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan dan melanjutkan sifat impresional dalam organisasi • Membuat koordinasi antar unit kegiatan

<ul style="list-style-type: none"> • Menangani dan memelihara tampilan yang dekat melalui umpan balik • Menggunakan publikasi dan instruksi 	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan dan mendefinisikan peran organisasi
Fungsi Komunikasi untuk Mengambil Keputusan dalam Suasana yang Ambigu dan Tidak Pasti	
<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga keseimbangan antara kepentingan organisasi dengan kepentingan individual • Mengelola pelbagai akibat yang ditinggalkan atau memelihara tradisi organisasi • Menciptakan perspektif bagi peluang pembagian pengalaman kerja 	

Tabel 1. Fungsi Komunikasi Organisasi

2. Jaringan Komunikasi

Cara untuk melihat struktur organisasi adalah dengan meneliti pola-pola interaksi dalam organisasi guna mengetahui siapa berkomunikasi dengan siapa. Menurut Morissan (2013), jaringan atau *network* didefinisikan sebagai struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi di antara sejumlah individu dan kelompok. Ketika orang berkomunikasi dengan yang lain maka terciptalah hubungan yang merupakan garis-garis komunikasi dalam organisasi (Morissan, 2013: 410). Menurut Agusyanto (2014: 6-7), sesuatu dapat dikatakan sebagai sebuah jaringan jika memiliki komponen-komponen sebuah jaringan, yaitu sebagai berikut:

- a. Sekumpulan orang, objek, atau kejadian minimal berjumlah tiga satuan yang berperan sebagai terminal (pemberhentian). Biasanya direpresentasikan dengan titik-titik, yang dalam istilah jaringan disebut dengan *aktor* atau *node*.

- b. Seperangkat ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik-titik lainnya dalam jaringan. Ikatan ini biasanya direpresentasikan dengan garis, yang merupakan suatu saluran atau jalur, berupa mata rantai atau rangkaian.
- c. Arus, yang dalam diagram digambarkan dengan anak panah. Ada sesuatu yang mengalir dari satu titik ke titik-titik lainnya, melalui saluran atau jalur yang menghubungkan masing-masing titik di dalam jaringan.

Selain komponen-komponen di atas, prinsip-prinsip yang mendasar dalam jaringan adalah (Agusyanto, 2014: 7-9):

- a. Ada pola tertentu. Sesuatu yang mengalir dari titik yang satu ke titik-titik lainnya, saluran atau jalur yang harus dilewati tidak secara acak atau bisa memilih sekehendaknya.
- b. Rangkaian ikatan-ikatan itu menyebabkan sekumpulan titik-titik yang ada bisa dikategorikan atau digolongkan sebagai “satu kesatuan” yang berbeda dengan “satu kesatuan” yang lain.
- c. Ikatan-ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik-titik lainnya harus bersifat permanen (ada unsur waktu, yaitu masalah durasi).
- d. Ada hukum yang mengatur saling keterhubungan masing-masing titik di dalam jaringan, ada hak dan kewajiban yang mengatur masing-masing titik (anggota), hubungan titik yang satu terhadap titik yang lain, hubungan semua titik dengan titik-titik pusat dan sebagainya. Hukum atau aturan inilah yang melengkapi bahwa sekumpulan titik-titik (*aktor/node*) tersebut bisa digolongkan sebagai satu kesatuan yang spesifik, yang berbeda dengan satu kesatuan yang lainnya.

Hubungan sosial menurut Van Zanden (dalam Agusyanto, 2014: 11) merupakan interaksi sosial yang berkelanjutan (relatif cukup lama atau permanen) yang akhirnya di antara mereka terikat satu sama lain dengan atau oleh seperangkat harapan yang relatif stabil. Berdasarkan hal ini, hubungan sosial bisa dipandang sebagai sesuatu yang seolah-olah merupakan sebuah jalur atau saluran yang menghubungkan antara satu orang (titik) dengan orang-orang lain dimana melalui jalur tersebut bisa dialirkan sesuatu, misalnya barang, jasa, atau informasi. Ada pengulangan tingkah laku untuk hal-hal yang sama dan dalam situasi yang sama, ini menandakan adanya suatu keteraturan. Jalur tersebut bersifat relatif stabil atau permanen dalam jangka waktu tertentu. Dengan demikian, jaringan sosial terjadi bukan hanya karena orang tersebut sekedar saling kenal, tetapi juga harus dengan adanya hubungan sosial.

Dengan demikian peneliti menyimpulkan secara langsung atau tidak langsung yang menjadi anggota suatu jaringan sosial adalah manusia. Sedangkan jaringan komunikasi merupakan penerapan dari jaringan sosial. Satu titik tidak harus diwakili oleh satu orang, tetapi bisa saja diwakili oleh sekelompok orang, seperti organisasi, instansi, pemerintah atau negara. Jaringan komunikasi adalah metode yang dipakai untuk melihat struktur komunikasi dan posisi aktor (orang, organisasi, lembaga) dalam struktur komunikasi. Jaringan sosial dapat dilihat jika sekelompok orang berkomunikasi secara terus menerus. Sekelompok orang yang berkomunikasi secara terus menerus akan terbentuk pola komunikasinya. Sedangkan sekelompok orang yang hanya berkomunikasi beberapa kali, tanpa ada keteraturan waktu tidak

dapat membentuk pola komunikasi. Hal ini dikarenakan pola komunikasi dapat berubah-ubah. Namun jika komunikasi dilakukan oleh orang-orang yang sama dan dengan jangka waktu yang teratur dan terus menerus, maka pola komunikasi yang terbentuk akan sama.

a. Elemen-Elemen Jaringan Komunikasi

Menurut Eriyanto (2014: 37-47) dalam jaringan komunikasi terdapat beberapa istilah dasar, yaitu:

1) *Node* dan *Edge*

Jaringan dapat didefinisikan sebagai seperangkat hubungan/*relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini terdapat dua bagian penting dari analisis jaringan, yakni aktor dan hubungan antara aktor. Aktor (*node*) tidak selalu berupa individu, tetapi juga bisa organisasi, negara, institusi dan lain sebagainya. Sementara *link (edge)* adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dengan satu garis yang menghubungkan antara satu aktor dengan aktor yang lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak terdapat garis, maka dibaca tidak ada relasi.

2) Tipe Relasi

Dalam jaringan komunikasi terdapat beberapa jenis relasi antar aktor dalam jaringan, yaitu:

a) *One Mode vs Two Mode*

Jaringan satu tipe (*one mode*) adalah jaringan dimana aktor (*node*) memiliki tipe yang sama, misalnya antar orang, antar lembaga, antar

perusahaan, dan lain sebagainya. Sedangkan jaringan dua tipe (*two mode*) adalah jaringan dimana aktor (*node*) memiliki tipe yang berbeda, misalnya orang dengan perusahaan atau dengan lembaga (Eriyanto, 2014: 40).

b) *Directed vs Undirected*

Pada relasi yang mempunyai arah (*directed*) ada pengirim dan penerima, ada subjek dan objek. Sedangkan relasi yang tidak mempunyai arah (*undirected*) tidak ada pengirim dan penerima, dan kedua aktor sama-sama memiliki peran yang sama. Relasi yang mempunyai arah ditandai oleh garis dengan tanda panah, sementara relasi yang tidak mempunyai arah ditandai dengan garis tanpa anak panah. Pada relasi yang mempunyai arah harus diperhatikan mana aktor yang bertindak sebagai subjek (pemberi) dan mana aktor yang bertindak sebagai objek (penerima) (Eriyanto, 2014: 41).

Dalam jaringan komunikasi, elemen-elemen dibutuhkan untuk menggambarkan pola komunikasi. Orang-orang yang menyampaikan dan menerima pesan dilambangkan dengan *node*. *Node* seringkali digambarkan dalam bentuk titik atau lingkaran. Untuk menggambarkan orang-orang menyampaikan kepada siapa dan menerima pesan dari siapa dilambangkan dengan *link*. *Link* digambarkan dengan garis.

Untuk menggambarkan siapa yang menyampaikan dan menerima digambarkan dengan anak panah. Seseorang yang menghubungi akan

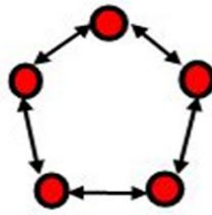
digambarkan oleh *link* dengan anak panah mengarah ke pada penerima pesan.

b. Pola Jaringan Komunikasi

Devito (2011:382) menyatakan ada lima struktur pola jaringan komunikasi dalam kelompok atau organisasi. Kelima struktur tersebut adalah:

1) Struktur Lingkaran

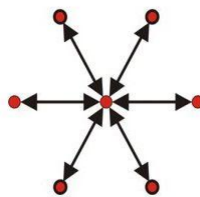
Struktur lingkaran tidak memiliki pemimpin. Semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuatan yang sama untuk mempengaruhi kelompok. Setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain disisinya.



Gambar 1. Struktur Lingkaran

2) Struktur Roda

Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas. Berada di posisi pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seseorang anggota berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.

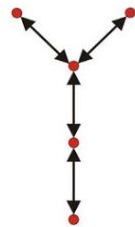


Gambar 2. Struktur Roda

3) Struktur Y

Struktur Y relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan struktur roda. Tetapi lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya. Pada struktur Y juga terdapat pimpinan yang jelas tetapi anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua. Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya berkomunikasi terbatas hanya dengan satu orang lainnya.

Pola Y memasukkan dua orang sentral yang menyampaikan informasi kepada yang lainnya pada batas luar suatu pengelompokan. Pada pola ini, seperti pada struktur rantai, sejumlah saluran terbuka dibatasi dan komunikasi bersifat disentralisasi atau dipusatkan. Orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja.



Gambar 3. Struktur Y

4) Struktur Rantai

Struktur rantai sama dengan struktur lingkaran kecuali bahwa para anggota paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga terdapat pada struktur ini. Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin daripada mereka yang di posisi lain. Dalam struktur ini, sejumlah saluran terbuka

dibatasi. Orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja.

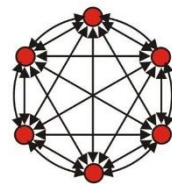


Gambar 4. Struktur Rantai

5) Struktur Semua Saluran atau Pola Bintang

Hampir sama dengan struktur lingkaran, dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur semua saluran setiap anggota siap berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya.

Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum. Pola terpusat atau tersentralisasi dan desentralisasi memiliki kegunaan yang berbeda. Sebagai contoh, struktur desentralisasi dapat lebih efektif untuk pemecahan masalah secara kreatif dan lebih bagus untuk pergerakan informasi secara cepat (Devito, 2011:328-384)



Gambar 5. Struktur Semua Saluran
atau Pola Bintang

Pola jaringan komunikasi yang kemudian dimaksud dalam penelitian ini adalah kebiasaan dari suatu organisasi dalam berinteraksi, bertukar informasi, pikiran dan pengetahuan yang terjadi dalam jangka waktu

tertentu. Pola jaringan komunikasi juga dapat dikatakan sebagai cara seseorang atau organisasi berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang telah disepakati sebelumnya.

c. Peranan dalam Jaringan Komunikasi

Dalam jaringan komunikasi terdapat beberapa elemen selain *node* dan *link*, yaitu:

1) Komponen

Komponen adalah pengelompokan aktor (*node*) yang sekurangnya memiliki satu *link* dalam jaringan. Ketika aktor (*node*) memiliki *link*, meskipun hanya satu, dilihat sebagai bagian dari komponen (Eriyanto, 2014: 46).

2) Klik

Klik merupakan pengelompokan aktor yang lebih ketat dari komponen. Klik ditandai dengan adanya relasi antar aktor secara lengkap, artinya jika anggota dari aktor saling mempunyai *link* satu sama lain (Eriyanto, 2014: 46).

3) *Star*

Star merupakan individu yang menjadi pusat dari jalur komunikasi beberapa anggota jaringan dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi individu-individu lainnya dalam sistem tersebut, lewat sikap dan perilaku salah satunya. Seorang *star* dapat disebut sebagai *opinion leader* karena menjadi tempat bertanya dan meminta nasehat mengenai topik-topik yang ada atau tertentu, dan mempunyai hubungan

sosial yang lebih luas dari individu-individu lain. Syarat seorang individu dalam sebuah kelompok untuk disebut *star* adalah apabila individu tersebut mendapat jumlah pilihan terbanyak dari anggota lain (Setiawan dan Ashadi, Tanpa Tahun: 38).

4) *Opinion Leader*

Seorang *opinion leader* belum tentu menjadi *star* karena *opinion leader* diterima karena kepercayaan individu disekitarnya bahwa individu itu pantas untuk dimintai konfirmasi atau pendapat mengenai informasi tertentu. *Opinion leader* ini merupakan seorang pemimpin informal dalam kelompok yang membimbing pendapat dan mempengaruhi anggota kelompok. Syarat untuk dikatakan sebagai *opinion leader* adalah dilihat dari pilihan sosiometri minimum sepuluh persen dari seluruh responden (Pace, 1993: 176 dalam Yusi, 2013:30).

5) *Bridges*

Jembatan (*bridge*) adalah *link* yang menghubungkan dua kelompok terpisah dalam suatu jaringan. Ciri *bridge* yaitu tanpa *link* ini maka dua kelompok akan terpisah menjadi komponen tersendiri (Eriyanto, 2014: 47).

6) *Liaison*

Liaison adalah sama peranannya dengan *bridge* tetapi individu itu sendiri bukanlah anggota dari satu kelompok tetapi dia merupakan penghubung di antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan di

antara kelompok-kelompok dalam organisasi (Pace, 1993: 176 dalam Yusi, 2013: 31).

7) *Gate Keepers*

Gate keepers adalah individu yang mengendalikan arus informasi di antara anggota organisasi. Mereka berada di tengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain atau tidak memberikan informasi (Pace, 1993: 176 dalam Yusi, 2013:30).

8) *Cosmopolites*

Cosmopolites adalah individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mereka mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan dan memberikan informasi mengenai organisasi kepada orang-orang tertentu pada lingkungannya (Pace, 1993: 176 dalam Yusi, 2013:30).

9) *Isolated*

Pemencil (*isolated*) adalah aktor yang tidak memiliki satu pun *link* dengan aktor lain dalam jaringan (Eriyanto, 2014: 47).

d. Sentralitas dalam Jaringan Komunikasi

Menurut Eriyanto (2014: 168) dalam jaringan komunikasi, pertanyaan penting adalah siapa aktor yang menonjol dan berpengaruh dalam jaringan. Maka untuk melihat dan mengukur peran aktor dalam jaringan digunakan sentralitas (*centrality*). Seberapa sentral aktor dalam jaringan. Siapa yang menonjol atau menentukan dalam jaringan disebut dengan sentralitas. Ada

tiga ukuran sentralitas yang dipakai, yakni sentralitas tingkatan (*degree*), kedekatan (*closeness*), dan keperantaraan (*betweenness*).

1) Sentralitas Tingkatan (*Degree Centrality*)

Tingkatan (*degree*) memperlihatkan popularitas aktor dalam jaringan sosial. Tingkatan (*degree*) adalah jumlah *link* dari aktor ke aktor. Dalam jaringan yang mempunyai arah (*directed*), *degree* dapat berupa *indegree* (jumlah *link* yang mengarah ke aktor) dan *outdegree* (jumlah *link* yang keluar dari aktor). Secara teoritis jumlah maksimal sentralitas tingkatan (*degree*) bagi aktor yakni $N - 1$. Misalnya di dalam populasi yang dipelajari ada 100 orang, maka maksimal *link* bagi seorang aktor adalah $100 - 1$ yaitu 99. Artinya aktor tersebut menghubungi (*outdegree*) atau dihubungi (*indegree*) semua aktor lain dalam jaringan. Semakin banyak populasi maka jumlah tingkatan (*degree*) akan semakin banyak. Angka sentralitas tingkatan berada pada angka 0 hingga 1. 0 berarti tidak ada satu pun yang menghubungi atau dihubungi oleh aktor, sedangkan 1 berarti *link* penuh, dimana semua aktor menghubungi atau dihubungi (Eriyanto, 2014: 170-173).

2) Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*)

Sentralitas kedekatan menggambarkan seberapa dekat aktor dengan semua aktor dalam jaringan. Menurut Eriyanto (2014: 168) kedekatan di sini diukur dari berapa langkah atau jalur (*path*) seorang aktor bisa dihubungi atau menghubungi aktor lain dalam jaringan. Sentralitas kedekatan diperoleh dengan membagi jumlah jalur terpendek aktor satu

dengan aktor lain dalam satu jaringan. Semakin kecil nilai sentralitas kedekatan maka semakin baik.

3) Sentralitas Keperantaraan (*Betweenness Centrality*)

Sentralitas keperantaraan memperlihatkan posisi aktor sebagai perantara dari hubungan aktor satu dengan aktor lain dalam suatu jaringan. Apakah aktor untuk menghubungi aktor lain bisa langsung ataukah harus melewati aktor tertentu. Menghitung sentralitas keperantaraan dilakukan dengan beberapa langkah. Pertama, buat pasangan aktor-aktor dalam jaringan. Kedua, tentukan apakah jalur terpendek ketika aktor satu berhubungan dengan aktor lain melewati aktor tertentu atau tidak. Tidak melewati aktor berarti nilainya 0. Jika melewati perantara aktor lain, tentukan fraksi. Jika untuk melewati suatu aktor hanya ada satu kemungkinan, maka nilainya 1. Jika ada dua kemungkinan jalur (*path*), nilainya $\frac{1}{2} = 0,5$. Jika ada tiga kemungkinan jalur (*path*), maka nilainya $\frac{1}{3} = 0,3$, dan begitu seterusnya. Perhitungan dilakukan terus hingga ditemukan nilai sentralitas keperantaraan dari masing-masing aktor (Eriyanto, 2014: 180-181).

Sentralitas mengukur bagaimana posisi semua aktor dalam jaringan. Hasil dari analisis ini akan menghasilkan temuan berupa siapa saja aktor dominan yang menentukan keberlangsungan suatu jaringan, baik tingkatan (*degree*), kedekatan (*closeness*), dan keperantaraan (*betweenness*). Posisi tersebut bisa dimiliki oleh satu orang aktor, tetapi juga bisa dimiliki oleh sejumlah aktor. Ada aktor yang populer dan menjadi sumber rujukan (*degree*), aktor

yang dekat dengan semua aktor lain dalam jaringan (*closeness*), dan berperan sebagai perantara (*betweenness*).

F. KERANGKA KONSEP

Berdasarkan kerangka teori yang telah dijabarkan di atas, maka dibentuk sebuah kerangka konsep yang mendasari penelitian ini. Berikut adalah penjabaran kerangka konsep penulis yang menjadi dasar dari penelitian ini:

1. Pola Jaringan Komunikasi

Untuk melihat jaringan komunikasi dengan meneliti pola-pola interaksi dalam organisasi guna mengetahui siapa berkomunikasi dengan siapa. Untuk melihat dan menggambarkan pola komunikasi, Eriyanto (2014:37-47) menyatakan diperlukan elemen-elemen sebagai berikut:

a. *Node* dan *Edge*

Aktor (*node*) tidak selalu berupa individu, tetapi juga bisa organisasi, negara, institusi dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini yang merupakan aktor (*node*) adalah anggota dari *Official Media Partner* PSS Sleman. Sementara *link* (*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dengan satu garis yang menghubungkan antara satu aktor dengan aktor yang lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak terdapat garis, maka dibaca tidak ada relasi. Peneliti melihat dan menggambarkan siapa dengan siapa saja aktor-aktor dalam *Official Media Partner* PSS Sleman berkomunikasi.

b. Tipe Relasi

1) *One Mode*

Jaringan satu tipe (*one mode*) adalah jaringan dimana aktor (*node*) memiliki tipe yang sama, misalnya antar orang, antar lembaga, antar perusahaan, dan lain sebagainya. Penelitian ini tergolong ke dalam tipe relasi *one mode* karena interaksi yang diteliti adalah antar aktor.

2) *Directed*

Pada relasi yang mempunyai arah (*directed*) ada pengirim dan penerima, ada subjek dan objek. Karena tidak ada tingkatan dalam subjek penelitian, jadi semua anggota memerankan peran yang sama. Namun demikian, tetap terlihat arah dari pengirim dan penerima pesan dari masing-masing anggota *Official Media Partner* PSS Sleman.

Setelah diketahui data dari masing-masing anggota *official media partner* PSS Sleman siapa yang memilih dan dipilih, selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan UCINET VI untuk mengetahui gambaran pola komunikasi di dalam *official media partner* PSS Sleman dalam penyebaran manifesto mandiri menghidupi. Lalu dilakukan analisis dengan melihat pola tergambar maka dapat dilihat pola apakah yang terbentuk dalam *Official Media Partner* PSS Sleman, apakah pola roda, rantai, Y, lingkaran, atau bintang.

c. Peranan dalam Jaringan Komunikasi

Dalam jaringan komunikasi terdapat peranan yang dapat dilihat setelah sosiogram telah tergambarkan. Peranan-peranan aktor tersebut, yaitu:

1) Komponen

Komponen adalah pengelompokan aktor (*node*) yang sekurangnya memiliki satu link dalam jaringan. Ketika aktor (*node*) memiliki *link*, meskipun hanya satu, dilihat sebagai bagian dari komponen.

2) Klik

Klik merupakan pengelompokan aktor yang lebih ketat dari komponen. Klik ditandai dengan adanya relasi antar aktor secara lengkap, artinya jika anggota dari aktor saling mempunyai *link* satu sama lain. Jika dari hasil penelitian ada beberapa aktor yang saling memilih dalam berdiskusi. Aktor-aktor tersebut membentuk klik dalam jaringan komunikasi di *Official Media Partner* PSS Sleman dalam proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi.

3) *Star*

Star merupakan individu yang menjadi pusat dari jalur komunikasi beberapa anggota jaringan dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi individu-individu lainnya dalam sistem tersebut, lewat sikap dan perilaku salah satunya. Syarat seorang individu dalam sebuah kelompok untuk disebut *star* adalah apabila individu tersebut mendapat jumlah pilihan terbanyak dari anggota lain.

Dalam *Official Media Partner* PSS Sleman, *star* merupakan satu orang yang dipercaya oleh sebagian anggota dalam *Official Media Partner* PSS Sleman sebagai teman diskusinya.

4) *Opinion Leader*

Seorang *opinion leader* belum tentu menjadi *star* karena *opinion leader* diterima karena kepercayaan individu disekitarnya bahwa pantas untuk dimintai konfirmasi atau pendapat mengenai informasi tertentu. *Opinion leader* ini merupakan seorang pemimpin informal dalam kelompok yang membimbing pendapat dan mempengaruhi anggota kelompok. Syarat untuk dikatakan sebagai *opinion leader* adalah dilihat dari pilihan sosiometri minimum sepuluh persen dari seluruh responden. Dalam *Official Media Partner* PSS Sleman yang merupakan *opinion leader* merupakan mereka yang dipilih minimum sepuluh persen oleh anggota lainnya.

5) *Bridges*

Jembatan (*bridge*) adalah *link* yang menghubungkan dua kelompok terpisah dalam suatu jaringan. Ciri *bridge* yaitu tanpa *link* ini maka dua kelompok akan terpisah menjadi komponen tersendiri. Dalam *official media partner* PSS Sleman yang menjadi *bridge* adalah aktor yang menghubungkan dua *klik*, sedangkan aktor itu sendiri merupakan anggota *klik*.

6) *Liaison*

Liaison sama peranannya dengan *bridge* tetapi individu itu sendiri bukanlah anggota dari satu kelompok tetapi dia merupakan penghubung di antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan di antara kelompok-kelompok dalam organisasi. Dalam penelitian ini *liaison* ialah aktor yang tidak tergabung dalam *klik* namun ia berkomunikasi dengan aktor-aktor pada *klik* sehingga *klik-klik* tersebut dapat terhubung melalui aktor tersebut.

7) *Gate Keepers*

Gate keepers adalah individu yang mengendalikan arus informasi di antara anggota organisasi. Mereka berada di tengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain atau tidak memberikan informasi. Karena *Official Media Partner* PSS Sleman tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, maka *gate keepers* dapat dipegang oleh siapa saja. Informasi yang terdapat pun disampaikan tanpa harus melalui orang tertentu.

8) *Cosmopolites*

Cosmopolites adalah individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mereka mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan dan memberikan informasi mengenai organisasi kepada orang-orang tertentu pada lingkungannya. Dalam *Official Media Partner* PSS Sleman tidak

terdapat struktur organisasi yang sah. Oleh karena itu aktor yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya merupakan koordinator. Hal ini dikarenakan perasaan tidak layak anggota lain untuk menyampaikan informasi tentang *Official Media Partner* PSS Sleman kepada lingkungan luarnya.

9) *Isolated*

Pemencil (*isolated*) adalah aktor yang tidak memiliki satu pun *link* dengan aktor lain dalam jaringan.

2. Sentralitas dalam Struktur Jaringan Komunikasi

Menurut Prell (dalam Sulistiawati 2014: 89), terdapat tiga indikator dalam jaringan komunikasi pada tingkat individu atau aktor. Indikator tersebut ialah sentralitas tingkatan (*degree*), sentralitas kedekatan (*closeness*), dan sentralitas keperantaraan (*betweenness*).

Setelah jaringan komunikasi tergambar, barulah ketiga indikator tersebut dapat dianalisis. Kegunaan menganalisis ketiga indikator tersebut selain untuk mengidentifikasi jaringan sosial pada tingkat aktor juga dapat digunakan untuk mengetahui aktor kunci dalam jaringan. Meskipun tidak memiliki pemimpin, namun *Official Media Partner* PSS Sleman pastilah memiliki aktor-aktor yang berperan penting dalam penyebaran Manifesto Mandiri Menghidupi kepada suporter PSS Sleman, Brigata Curva Sud dan proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi.. Analisis jaringan sosial dilakukan dengan mengolah data menggunakan perangkat

UCINET VI. Setelah derajat sentralitas diketahui, berikutnya dilakukan analisis oleh peneliti.

3. *Official Media Partner* PSS Sleman

Brigata Curva Sud adalah *suporter* tim sepakbola PSS Sleman. *Official Media Partner* PSS Sleman adalah organisasi media yang mengurus terkait keperluan informasi dan media PSS Sleman, yang dikelola secara mandiri oleh *suporter* PSS Sleman dan mengusung salah satu Manifesto Brigata Curva Sud; Mandiri Menghidupi. Organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman terdiri dari beberapa divisi yaitu *Official* PSS, Elja TV, Elja Radio, BCS *Channel*, Sleman Football, dan Sleman Fans Education. Dalam penelitian ini, *Official Media Partner* PSS Sleman tersebut dijadikan objek penelitian. Peneliti melihat pola jaringan komunikasi pada organisasi *Official media partner* PSS Sleman dalam proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi. Peneliti melakukan penelitian pada kegiatan organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Maksudnya, jaringan komunikasi yang diteliti dan digambarkan adalah komunikasi yang terjadi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman secara langsung (tatap muka) dan/atau dengan menggunakan media apapun, baik media sosial atau alat komunikasi lainnya. Peneliti melakukan penelitian dengan cara mengikuti kegiatan organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman dalam melaksanakan kegiatan organisasi yaitu mengerjakan yang terkait dengan urusan media dalam penyebaran Manifesto Mandiri Menghidupi. Juga wawancara

terstruktur guna mendapat data untuk melihat pola komunikasi yang terbentuk. Setelah itu peneliti menganalisis data yang ditemukan guna melihat siapa saja aktor penting serta bagaimana jaringan sosial berdasarkan derajat sentralitasnya.

G. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional dibuat untuk membatasi indikator yang ingin digunakan peneliti dalam penelitian. Dengan demikian, apapun variabel penelitian, semuanya hanya akan muncul dari konsep tersebut. Dalam definisi operasional, peneliti menurunkan indikator berdasarkan kerangka konsep yang telah dijelaskan pada bahasan sebelumnya (Bungin, 2005: 59).

Karena pendekatan analisis jaringan lebih melihat pola hubungan yang muncul, bukannya atribut, maka definisi operasional lebih memuat konsep dan karakter jaringan. Peneliti meneliti relasi antaraktor. Untuk melihat pola komunikasi, peneliti meneliti dengan siapa saja setiap aktor berdiskusi dalam proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi pada organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman. Setelah diketahui nama-nama untuk menyusun struktur pola komunikasi, kemudian peneliti menanyakan apakah aktor-aktor yang disebutkan namanya saling mengenal atau tidak.

Untuk meneliti derajat sentralitas, peneliti melihat dari jumlah *link* yang sudah tergambar pada struktur pola komunikasi. Pada sentralitas tingkatan (*degree*) jumlah *link* terbanyak memperlihatkan seberapa populer aktor tersebut. Pada sentralitas kedekatan (*closeness*), jalur terpendek

memperlihatkan aktor tersebut dekat dengan semua aktor dalam jaringan. Sedangkan pada sentralitas keberantaraan (*betweenness*), jumlah tertinggi merupakan aktor yang berperan sebagai perantara dalam jaringan.

Tabel 2
Operasionalisasi Konsep dan Karakterisasi

No	Konsep	Analisis Karakterisasi	Definisi Operasional	Keterangan
1	Pola Komunikasi	<i>Name Generator</i>	Melihat elemen-elemen yang menjadi pembentuk struktur komunikasi.	Elemen berupa nama-nama aktor yang merupakan anggota <i>Official Media Partner</i> PSS Sleman.
		<i>Name Interrelaters</i>	Melihat relasi dari setiap aktor. Relasi antara nama 1 dengan nama 2 hingga 10 relasi antara nama 3 dan nama 1 sampai 10, dan seterusnya.	Jika saling mengenal diantara setiap aktor, maka disimpulkan jaringan kohesif.
		Peranan dalam Jaringan Komunikasi	Mengidentifikasi individu yang menempati peranan dalam jaringan komunikasi.	Peranan dalam jaringan komunikasi antara lain klik, <i>star</i> , <i>opinion leader</i> , <i>bridges</i> , <i>liaison</i> , <i>gate keepers</i> , <i>cosmopolites</i> , <i>isolated</i> .
2	Sentralitas	Tingkatan (<i>degree</i>)	Jika satu aktor memiliki <i>link</i> dengan aktor lain diberi angka 1, sementara jika tidak ada <i>link</i> dengan aktor	Jumlah <i>link</i> terbanyak memperlihatkan seberapa populer aktor tersebut.

			lain diberi angka 0.	
		Kedekatan (<i>closeness</i>)	Diperoleh dengan membagi jumlah jalur terpendek aktor satu dengan aktor lain dalam satu jaringan.	Jalur terpendek memperlihatkan aktor tersebut dekat dengan semua aktor dalam jaringan.
		Keperantaraan (<i>betweenness</i>)	Ketika aktor satu berhubungan dengan aktor lain melewati aktor tertentu atau tidak. Tidak melewati aktor berarti nilainya 0.	Jumlah tertinggi merupakan aktor yang berperan sebagai perantara dalam jaringan.

H. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Jaringan Komunikasi yang berfokus pada relasi dan struktur. Menurut Wellman (dalam Eriyanto 2014: 13), cara paling langsung untuk mempelajari struktur sosial yaitu dengan menganalisis pola hubungan yang menghubungkan anggotanya. Analisis ini juga mencoba menggambarkan pola dan peranan tiap aktornya.

1. Jenis Penelitian

Menurut Eriyanto (2014: 9), analisis jaringan komunikasi setara dengan eksperimen, analisis isi, atau metode survei. Namun berbeda dengan metode kuantitatif lain, analisis jaringan komunikasi merupakan strategi penelitian dalam memahami fenomena atau realitas.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, di mana peneliti mengolah data numerik yang diperoleh dari hasil pengkodean temuan berbasis wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner, yang berarti peneliti mengidentifikasi aktor yang terlibat, dan kemudian menanyakan kepada masing-masing aktor relasinya dengan aktor lain menggunakan kuesioner (Eriyanto, 2014: 94).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan pola jaringan komunikasi di dalam organisasi *Official Media Partner* PSS Sleman. Dalam penelitian jaringan komunikasi, tipe deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara *detail* struktur dan aktor-aktor dalam jaringan (Eriyanto, 2014: 59).

Menurut Eriyanto (2014: 59), menggunakan penelitian deskriptif berarti harus menggambarkan secara *detail* bagaimana struktur jaringan dari kelompok yang diteliti, siapa saja aktor dalam jaringan, dan bagaimana posisi dari masing-masing aktor.

Peneliti melakukan penafsiran terhadap pola jaringan komunikasi yang dibentuk di *Official Media Partner* PSS Sleman. Selain itu peneliti juga menganalisis jaringan sosial aktor-aktor dalam jaringan tersebut menggunakan desain metode jaringan utuh (*complete networks*), yaitu derajat sentralitas.

3. Populasi dan Sampel

Penelitian kuantitatif (survei, analisis isi) umumnya menggunakan sampel acak (*random sampling*) guna menjamin bahwa sampel yang diambil mewakili populasi. Namun dalam penelitian jaringan komunikasi sampel acak kurang bisa diterapkan. Hal ini karena penelitian jaringan bermaksud menggambarkan jaringan secara utuh dari objek yang diteliti. Dalam penelitian jaringan, aktor satu dengan aktor lain akan saling terhubung, sehingga sebaiknya semua aktor diteliti. Penarikan sampel akan membuat jaringan utuh tidak akan tergambar (Eriyanto, 2014: 84).

Sampel dan populasi dalam sosiometris berbeda dengan survei dimana orang yang diwawancarai biasanya hanya suatu sampel dari populasi. Pada sosiometris pertanyaan diajukan kepada semua anggota populasi atau dengan kata lain dengan cara sensus. Cara ini digunakan agar jaringan-jaringan komunikasi yang ada tidak putus karena pengambilan dengan cara *sampling* (Setiawan dan Ashadi, tanpa tahun:26).

4. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah semua anggota *Official Media Partner* PSS Sleman. Total anggota dari *Official Media Partner* PSS Sleman yaitu sebanyak 44 orang.

5. Lokasi Penelitian

Untuk pengisian kuisioner dan wawancara di lakukan di Sekretariat Brigata Curva Sud di Jalan Delima Raya, Depok, Sleman, Daerah Istimewa

Yogyakarta dan di beberapa kantor masing-masing divisi dalam *Official Media Partner* PSS Sleman.

Proses observasi dilakukan di kantor masing-masing divisi dalam *Official Media Partner* PSS Sleman dan pada saat pertandingan PSS Sleman di Stadion Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta.

6. Durasi Pengambilan Data dan Penelitian

Terhitung mulai tanggal 21 Juni 2018 peneliti melaksanakan penelitian dengan mewawancarai dan memberikan kuisioner untuk diisi kepada seluruh anggota *Official Media Partner* PSS Sleman di lokasi penelitian. Proses ini berjalan hampir kurang lebih 1 bulan. Setelah semua data terkumpul kemudian peneliti melakukan pengolahan temuan data serta mempelajari penggunaan aplikasi UCINET VI untuk mendapatkan gambaran sosiogram dari pola jaringan komunikasi di dalam *Official Media Partner* PSS Sleman. Pada tahapan ini memakan waktu yang lumayan lama dikarenakan kurangnya informasi tentang penggunaan aplikasi ini. Setelah diolah menjadi data hasil penelitian kemudian selanjutnya dilakukan analisis.

7. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini hanya menggunakan data primer. Data primer menurut Sugiyono (2007: 137), adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan metode wawancara terstruktur dan juga observasi.

Wawancara terstruktur adalah wawancara menggunakan kuesioner. Peneliti mengidentifikasi aktor yang terlibat dan menanyakan kepada

masing-masing aktor relasinya dengan aktor lain menggunakan kuesioner (Eriyanto, 2014: 94).

Kuesioner dalam metode penelitian jaringan komunikasi berbeda dengan kuesioner pada penelitian survei. Dalam penelitian jaringan terdapat pertanyaan mengenai relasi antaraktor. Penelitian jaringan fokus pada pertanyaan mengenai aktor, dan relasi di antara aktor. Pertanyaan pertama berupa *name generator* tunggal yakni pertanyaan untuk mengidentifikasi nama-nama relasi aktor. Tujuan pertanyaan ini adalah untuk menyusun daftar nama jaringan dari aktor (Eriyanto, 2014: 101).

Pertanyaan *name generator* dipakai untuk menggambarkan jaringan komunikasi di *Official Media Partner* PSS Sleman ketika berdiskusi mengenai proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi, yang diolah menjadi sosiogram. Kedua, *name interrelaters* yakni pertanyaan mengenai hubungan masing-masing aktor dan jaringan. Pertanyaan ini untuk mengetahui sejauh mana masing-masing aktor dalam jaringan saling mengenal satu sama lain. Pertanyaan ini juga berfungsi untuk menggambarkan kohesivitas suatu jaringan (Eriyanto, 2014: 106). Wawancara terstruktur ini dilakukan kepada anggota *Official Media Partner* PSS Sleman.

Observasi dilakukan dengan mengikuti kegiatan langsung di lapangan, pembentukan ide maupun output di media-media *Official Media Partner* PSS Sleman.

8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis Jaringan Komunikasi yang meliputi beberapa tahap untuk menganalisis data. Pertama, untuk membuat sosiometri dibuat terlebih dahulu matriks yang memuat data hubungan antara anggota *Official Media Partner* PSS Sleman yang sudah diperoleh dari pertanyaan sosiometris (*name generator*) yang diajukan dalam kuesioner. Selanjutnya matriks dimasukkan ke dalam tabel pada perangkat UCINET VI, selanjutnya diolah dan ditampilkan dalam bentuk sosiogram. Setelah itu, pola komunikasi yang terbentuk pada saat diskusi proses produksi konten terkait Manifesto Mandiri Menghidupi dianalisis derajat keterhubungan individunya serta rata-rata keterhubungan sistemnya dalam jaringan komunikasi.

Cara menganalisis derajat keterhubungan individu serta rata-rata keterhubungan sistem dalam jaringan komunikasi adalah sebagai berikut:

a) Derajat Keterhubungan Individu

Derajat keterhubungan individu dalam jaringan komunikasi menggambarkan luasnya jaringan komunikasi individu di dalam sistem sosialnya. Derajat ini diukur dari banyak atau jumlah hubungan komunikasi yang dilakukan seorang individu dengan individu lainnya dalam suatu sistem, dibandingkan dengan jumlah kemungkinan hubungan komunikasi yang bisa dijalin dalam sistem tersebut (Mega, 2012: 45).

Roger dan Kincaid (dalam Mega, 2012) memformulasikan Derajat Keterhubungan Individu sebagai berikut:

$$X / N - 1$$

di mana:

X = Jumlah hubungan individu

N = Jumlah anggota sistem jaringan komunikasi

b) Rata-Rata Keterhubungan Sistem dalam Jaringan Komunikasi

Pada suatu jaringan komunikasi dapat pula dilihat bagaimana rata rata memformulasikan Rata-rata keterhubungan sistem (*Average system Connectedness* atau ASC) sebagai jumlah hubungan nyata dalam suatu sistem dibagi jumlah kemungkinan hubungan dalam suatu sistem. Jumlah kemungkinan hubungan dihitung dengan rumus (Mega, 2012: 45):

$$N(N - 1) / 2$$

di mana:

N = Jumlah anggota sistem jaringan komunikasi

Kedua, untuk melihat peran individu dalam jaringan komunikasi digunakan derajat sentralitas. Sentralitas tingkatan (*degree*) digunakan untuk melihat siapa aktor atau individu (*node*) dalam *Official Media Partner* PSS Sleman yang paling populer. Paling populer didefinisikan sebagai aktor yang paling banyak menjalin kontak dengan aktor lain, paling sering diajak dan mengajak diskusi. Menghitung sentralitas

tingkatan (*degree*) cukup sederhana, yaitu dengan membuat tabel yang berisi pasangan aktor. Jika satu aktor memiliki *link* dengan aktor lain diberi angka 1, sementara jika tidak ada *link* dengan aktor lain diberi angka 0. Setelah semua *link* di antara aktor diberi angka, tinggal dijumlahkan berapa *link* untuk setiap aktor (Eriyanto, 2014: 170-173).

Sentralitas kedekatan (*closeness*) digunakan untuk melihat siapa aktor yang paling dekat, artinya aktor tersebut dapat menghubungi aktor lain dengan jarak yang paling dekat. Dalam sentralitas kedekatan (*closeness*) semakin kecil nilainya maka akan semakin baik. Sentralitas kedekatan (*closeness*) diperoleh dengan membagi jumlah jalur terpendek aktor satu dengan aktor lain dalam satu jaringan (Eriyanto, 2014: 175-176).

Sentralitas keperantaraan (*betweenness*) dapat digunakan untuk melihat siapa aktor yang berperan menjadi perantara aktor satu dengan aktor lainnya. Pertama, buat pasangan aktor-aktor dalam jaringan. Kedua, tentukan apakah jalur terpendek ketika aktor satu berhubungan dengan aktor lain melewati aktor tertentu atau tidak. Tidak melewati aktor berarti nilainya 0. Jika melewati perantara aktor lain, tentukan fraksi. Jika untuk melewati suatu aktor hanya ada satu kemungkinan, maka nilainya 1. Jika ada dua kemungkinan jalur (*path*), nilainya $\frac{1}{2} = 0,5$. Jika ada tiga kemungkinan jalur (*path*), maka nilainya $\frac{1}{3} = 0,3$, dan begitu seterusnya. Perhitungan dilakukan terus hingga ditemukan nilai sentralitas keperantaraan dari masing-masing aktor (Eriyanto, 2014: 180-181).

Setelah masing-masing sentralitas diolah, maka akan dilihat siapa aktor yang menduduki peran sebagai sentralitas tingkatan (*degree*), sentralitas kedekatan (*closeness*) dan juga sentralitas keberantaraan (*betweenness*) untuk dijadikan jawaban dari rumusan masalah. Setelah itu peneliti menarik kesimpulan dari data yang sudah diolah.

